

Luciana Guilhermina Leite de Oliveira

2º Ciclo de Estudos em Sociologia

**Práticas de consumo de vestuário em jovens: o vestuário como expressão de sentido
e de integração social**

2013

Orientador: Professora Doutora Dulce Maria Graça Magalhães

**Classificação: Ciclo de estudos:
Dissertação/relatório/Projeto/IPP:**

Resumo

O presente trabalho encontra-se desenvolvido sob o principal objetivo de identificar as dinâmicas inerentes à *apresentação de si* que se realizam por via da indumentária. Neste sentido, procurou-se dar conta de traços de interação objetivados na manipulação e uso do vestuário - o vestuário, portanto, como expressão de sentido.

Este estudo sobre o vestuário enquanto simbologia alicerça-se num grupo específico - os jovens. Com efeito, os jovens e as suas juventudes têm-se afirmado como uma das mais importantes categorias sociais, sendo alvo de variadas investigações que procuram intensificar o conhecimento relativo a esta etapa da vida. Neste trabalho procuramos também dar conta das propriedades relativas aos jovens tomando-os como objeto estudado ao nível do vestuário, pretendendo compreender como este objeto é manipulado na exteriorização de identidades sociais significativas e significantes. Na verdade, o vestuário apresenta-se como ferramenta importante ao serviço da apresentação do sujeito, funcionando como plataforma de significação colocada em ação nos diversos mundos da vida quotidiana, no seio dos quais as práticas encontram lugar e propriedade. Nos seus espaços de significação o vestuário joga um importante papel porque possibilita ao corpo expressar-se, sob todas as formas de que é capaz.

Em termos metodológicos optamos como técnica estruturante do trabalho pelo inquérito por questionário. A técnica da entrevista está também presente em termos complementares - através dela procurou-se aprofundar a relação/impacto que o vestuário apresenta nas dinâmicas de interação juvenis.

Palavras-Chave: *apresentação de si*, consumo, jovens, vestuário, estratégias de distinção, integração social.

Abstract

The current paper was developed with the goal of identifying the dynamics that are inherent to *self presentation* that are carried out through clothing. In this line of thought, we tried to acknowledge traits of interaction that are commonly objectified in the manipulation and styling of clothing - clothes as an expression of self.

This study on the clothing while symbolism is founded on a specific group - young people. In respect to this, young people and their youth days are repeatedly being regarded as one of the most important social groups, and as such are the main subject of study of many papers. Also in this study, we sought to characterize the qualities that relate to this social group - mainly through clothing, and as this social behavior can represent an outing of a social identity that is both singular and meaningful. In all truth, clothes are an important tool to present one-self, regardless of age, working as a significant platform that comes to life in the different worlds that populate daily life. Here, one's presentation through clothing find their place and importance. In their particular playground of significance, clothing plays an important role as it enables the body to express fully.

In methodological terms, we chose as technical structuring of work by questionnaire survey. The interview technique is also present in additional terms - through this technique we tried to study further the way clothing impacts on the dynamics of interaction among youngsters.

Keywords: *self presentation*, consumption, young, clothing, strategies of distinction, social integration.

Resumé

Le présent travail est développé sous l'objectif principal d'identifier les dynamiques inhérentes à la *présentation de soi* qui sont détenues par les vêtements. En ce sens, nous avons essayé de réaliser des traits d'interaction ciblés dans la manipulation et l'utilisation de vêtements - vêtements, de sorte que l'expression de sens.

Cette étude sur le vêtement tandis que le symbolisme est fondé sur un groupe spécifique - les jeunes. En effet, les jeunes et leur jeunesse s'imposent comme l'une des catégories sociales les plus importantes, la cible de diverses enquêtes qui visent à améliorer les connaissances concernant cette étape de la vie. Dans ce travail, nous donnons également compte des propriétés relatives aux jeunes en les prenant comme objet d'étude en termes de vêtements, faisant semblant de comprendre comment cet objet est manipulé dans l'externalisation des identités sociales significatives et pertinentes. En fait, le vêtement se présente comme un outil important au service de la présentation du sujet, que fonctionne comme une plate-forme de sens mis en action dans les différents univers de la vie quotidienne, dans laquelle les pratiques ont lieu et propriété. Dans leurs espaces de signification le vêtement joue un rôle important car il permet au corps de s'exprimer, sous toutes les formes qu'il est capable.

Sur le plan méthodologique, nous avons choisi de structuration technique du travail par questionnaire. La technique d'interview est également présent dans les modalités supplémentaires - à travers cette technique nous avons cherché à approfondir la relation/l'impact que le vêtement présente dans les dynamiques d'interaction juvéniles.

Mots-clés: *présentation de soi*, consommation, jeunes, vêtements, stratégies de distinction, intégration sociale.

Agradecimentos

O meu agradecimento inicial encontra destinatário na pessoa da minha orientadora - Professora Doutora Dulce Magalhães - pela disponibilidade, carinho e dedicação que sempre demonstrou para comigo e para com o meu trabalho.

Agradeço também a todos os jovens que contribuíram para que este trabalho se tornasse realidade.

Não poderia deixar de agradecer às minhas amigas de todas as horas, Joana Coutinho, Lúcia Atilano e Teodora Costa pelo apoio e incentivo em todos os momentos de desassossego e inquietação.

E aos meus pais, pelo incentivo, dedicação e apoio incansáveis.

Índice

Introdução	1
Capítulo I - A construção sociológica de um mundo de vida	5
1.1 - O consumo enquanto prática social	5
1.2 - O papel da Socialização	11
1.3 - Das práticas como distinção à interação como palco de integração social	15
1.3.1 - A importância das condições objetivas de vida na eleição e na consolidação das práticas	15
1.3.2 - Contributos de uma sociologia do vivido: a importância dos contextos de interação quotidiana enquanto palcos de atuação social	24
Capítulo II - Notas sobre a concetualização de entidades de sentido: os jovens e a(s) sua(s) juventude(s); o corpo como imagem; o vestuário como simbologia social	35
2.1 - Considerações iniciais - a construção de um objeto de estudo	35
2.2 - Contributos teóricos para concetualizar a juventude; a juventude em perspetiva	41
2.3 - Do corpo como imagem ao vestuário como símbolo de pertença social	51
2.3.1 - O corpo como imagem: construída, vivida e sentida	51
2.3.2 - O vestuário como simbologia social	56
Capítulo III - Apontamentos metodológicos	65
3.1 - Hipóteses teóricas, objetivos e modelo de análise	65
3.2 - Os caminhos da ação	67
Capítulo IV: Considerações sobre a <i>apresentação de si</i> nos quotidianos juvenis: o vestuário como expressão de sentido e de integração social	73
4.1 - Vizela: uma pequena cidade entre o Douro e o Minho	73
4.2 - Apresentação e discussão dos resultados obtidos	74
4.2.1 - Principais tendências económicas e sociais relativas à população inquirida	75
4.2.2 - Os jovens definidos pelas suas palavras	80
4.2.3 - Práticas de consumo de vestuário de jovens	83
4.2.4 – A estilização do quotidiano: dinâmicas de <i>apresentação de si</i>	91
Considerações finais	103
Referências Bibliográficas	107
Anexos	117

Índice de Gráficos

Gráfico nº 4.1

Periodização das idas às compras para adquirir vestuário pelos jovens 84

Gráfico nº 4.2

Quantia despendida, em média, pelos jovens numa ida às compras para adquirir vestuário 87

Gráfico nº 4.3

Grau de concordância relativo à noção de que o estilo construído para a apresentação em público permite a integração/exclusão num/de um grupo 95

Gráfico nº 4.4

Grau de concordância relativo à noção de que através do vestuário é possível identificar a classe social de pertença dos jovens 98

Gráfico nº 4.5

Grau de concordância relativo à noção de que a imagem adotada quotidianamente é uma forma dos jovens se distinguirem socialmente dos outros 101

Índice de Quadros

Quadro nº 4.1	
Sexo dos inquiridos	75
Quadro nº 4.2	
Idade dos inquiridos	75
Quadro nº 4.3	
Grau de escolaridade dos pais	77
Quadro nº 4.4	
Condição perante o trabalho dos pais	77
Quadro nº 4.5	
Situação perante o trabalho dos pais	78
Quadro nº 4.6	
Lugar de classe dos inquiridos, dos pais e lugar de classe de família	79
Quadro nº 4.7	
Lugar de classe de família por periodicidade das idas às compras	86
Quadro nº 4.8	
Situação na profissão do pai por quantia despendida, em média, numa ida às compras para adquirir vestuário	89
Quadro nº 4.9	
Dimensão do agregado familiar por quantia despendida, em média, numa ida às compras para adquirir vestuário	89
Quadro nº 4.10	
Grau de concordância relativo à importância do vestuário para os jovens	92
Quadro nº 4.11	
Grau de concordância relacionado com a perceção relativa à imagem pessoal	93
Quadro nº 4.12	
A escolha do vestuário em função dos contextos sociais de interação quotidiana	97
Quadro nº 4.13	
Lugar de classe de família por grau de concordância relativo à noção de que através da imagem (ex.: roupa) é possível identificar a classe social de pertença	99

Índice de Anexos

Anexo I	
Inquérito por questionário	118
Anexo II	
Entrevista semidiretiva	133
Anexo III	
Grelha de observação direta	135
Anexo IV	
Tendências populacionais em Vizela entre 2001 e 2011	136
Anexo V	
Ganho médio mensal no Concelho de Vizela segundo o setor de atividade e o sexo	136
Anexo VI	
Local de residência dos inquiridos	136
Anexo VII	
Perfil social dos inquiridos	136
Anexo VIII	
Ano de estudo dos inquiridos	137
Anexo IX	
Condição perante o trabalho do inquirido (quando trabalhador)	137
Anexo X	
Situação na profissão do inquirido (quando trabalhador)	137
Anexo XI	
Pessoas com as quais os inquiridos, habitualmente, residem	138
Anexo XII	
Idade dos pais	138
Anexo XIII	
Principal fonte de rendimento dos pais	139
Anexo XIV	
Tipo do agregado familiar	139
Anexo XV	
Grandes grupos profissionais dos pais e inquirido (quando trabalhador)	140

Anexo XVI	
Dimensão do agregado familiar	140
Anexo XVII	
Frequência com que os jovens vão às compras para adquirir vestuário	141
Anexo XVIII	
Pessoa(s) com a(s) qual(ais) os jovens, habitualmente, efetuam as suas compras de vestuário	141
Anexo XIX	
Lugar de classe de família por quantia despendia acima dos 100 € nas compras de vestuário	142
Anexo XX	
Local onde os jovens, habitualmente, efetuam as suas compras de vestuário	142
Anexo XXI	
Peça de roupa que os jovens mais comprem	143
Anexo XXII	
Grau de concordância relacionado com a perceção relativa à imagem pessoal	143
Anexo XXIII	
Grau de concordância relativo à noção de que a forma de vestir permitiu a integração no atual grupo de amigos	144
Anexo XXIV	
Grau de concordância relativo à noção de que o grupo de amigos tem um estilo de apresentação semelhante	144
Anexo XXV	
Tempo despendido pelos jovens ao arranjam-se para a escola/local de trabalho e bar/pub	145
Anexo XXVI	
Grau de concordância relativo à noção de que através do vestuário expressamos características pessoais/traços de personalidade	145
Anexo XXVII	
Grau de concordância relativo à afirmação: “gosto de me diferenciar pela imagem, a roupa é um meio privilegiado para o fazer”	146
Anexo XXVIII	
Grau de importância que as marcas de vestuário adquirem para os jovens	146

Anexo XXIX

Grau de concordância relativo à afirmação: “o vestuário é comunicação e através dele transmitimos aos outros uma dada imagem de nós” 147

Anexo XXX

Imagem que o jovem procura fazer passar através do vestuário 147

Anexo XXXI

Expressão que melhor define o que os jovens sentem e/ou pensam após a compra de uma peça de roupa 147

Anexo XXXII

Grelha de análise da entrevista semidiretiva 148

Introdução

O desenvolvimento de uma dissertação de Mestrado apresenta-se como um trabalho de permanente questionamento e dúvida. Efetivamente, não podemos questionar uma dada realidade se sobre ela não possuímos uma pequena dúvida que seja, embora seja certo que indagar sobre uma realidade que se apresenta aos nossos olhos como um todo organizado e ordenado não se afigura tarefa fácil. Tanto mais que o indivíduo, que se lança no processo de inquirição e elucidação empírica, necessariamente incorre num árduo labor. Sendo nós seres socializados nesta realidade que dia a dia nos é confirmada pelos outros, sentindo-nos nela completamente integrados, é complexo o processo de duvidar. Nesta dissertação, por forma a facilitar o difícil processo de interrogação do social, valeu-nos todo o trabalho teórico-empírico desenvolvido por diversos autores que nos orientaram nesta demanda académica e pessoal.

Para este trabalho de investigação, com o objetivo de obtenção do grau de Mestre em Sociologia, propusemo-nos abordar um tema relacionado com o vestuário e com os jovens. Neste sentido, procuramos aprofundar a forma como o vestuário se interrelaciona com os jovens e os seus quotidianos de ação. Partimos do princípio de que a indumentária se assumia como uma componente importante no universo juvenil, considerando, *a priori*, que através dela se realizam importantes processos de estetização dos quotidianos, assim como subtis dinâmicas de integração/exclusão grupal. Por outro lado, a própria juventude é em si um tema que nos fascina. Os jovens apresentam-se como uma das categorias sociais sobre as quais a sociologia mais se tem dedicado. Os sociólogos têm procurado compreender, entre outros aspetos, formas de apropriação da realidade social pelos jovens, os seus quotidianos de interação, os valores e representações juvenis, as dinâmicas da sexualidade juvenil, etc.

Com base nestas premissas iniciais elaborámos um conjunto de objetivos que cumprissem o propósito de desvendar essa realidade social que ambicionávamos compreender. Entre outros aspetos, pretendíamos identificar o sentido impresso nos objetos que medeiam as relações que os indivíduos estabelecem uns com os outros, na sua vida de todos os dias; sendo que, no nosso caso, o objeto de que falamos é a roupa, ou melhor, a indumentária como expressão de sentido e integração social. Propúnhamo-nos também dar conta de formas de expressão e de interação que se desenvolvem em torno da manipulação do vestuário, assim como compreender os usos da indumentária, as representações que dela os jovens fazem possibilitando e desencadeando formas de interação social. Grosso modo, procurávamos compreender os reais impactos da *apresentação de si*, o sentido atribuído aos

objetos - no caso o vestuário - e a forma como moldam os quotidianos dos indivíduos imprimindo significado às trocas sociais.

Tendo em conta estes propósitos de análise da realidade social optámos, em termos metodológicos, pelos instrumentos que melhor proporcionassem as clarificações que procurávamos. Assim, optámos pela aplicação do inquérito por questionário, na medida em que se equacionou como o instrumento mais apto ao cumprimento dos objetivos do trabalho. O inquérito por questionário funcionou como suporte de captação das principais tendências aquisitivas de vestuário por parte dos jovens, permitindo identificar quais os centros de consumo fundamentais, a principal quantia despendida nas compras de indumentária, assim como a clarificação das principais relações entre o vestuário e os quotidianos sociais de interação dos jovens - desvendando relações entre a classe de origem e a quantia despendida nas compras de vestuário, a importância do vestuário para os jovens, a relação entre o vestuário e a própria organização dos grupos amicais. Por outro lado, e porque compreendemos que a entrevista se afigura como instrumento muito importante ao nível do aprofundamento das questões relativas às dinâmicas subjetivas das práticas sociais optámos, também, por realizar algumas entrevistas. As entrevistas funcionaram como instrumento fundamental na apropriação e concetualização da juventude por parte dos atores sociais que tomámos como objeto de análise. Possibilitaram lançar luz sobre a forma como os jovens se percebem a si próprios, como acham que os adultos os veem, como equacionam o vestuário enquanto instrumento performativo ao serviço da composição estilística dos seus visuais.

Este trabalho encontra-se organizado por forma a dar destaque a cada uma das componentes que se entendeu serem importantes considerar. Neste sentido, dedicamos o primeiro capítulo à teorização relativa ao consumo e apresentação das suas distintas correntes de análise, no sentido de tornar claro qual a preposição teórica que norteou esta investigação. Também no primeiro capítulo teorizamos sobre a importância da socialização - componente fundamental na compreensão da forma como os sujeitos sociais se interrelacionam e se apropriam da realidade social, por meio desse processo dialético de interiorização da estrutura e de exteriorização da interioridade. Este capítulo inicial conta ainda com os contributos teóricos de Bourdieu e Goffman, ferramentas fundamentais no equacionamento do próprio trabalho. Bourdieu pela importância teórica relativa às práticas distintivas enquanto instrumento ao serviço da transmissão de diferentes estilos de vida, independentemente dos sujeitos assim o desejarem ou não. Goffman, pela teorização relativa às situações de interação social e aos padrões comportamentais que em cada situação os sujeitos desenvolvem - a

consideração de que os espaços sociais são percebidos em função de diferentes códigos, assim como disponibilizam áreas nas quais o sujeito se sente mais à vontade e áreas onde assume o desempenho performativo do seu papel social.

O segundo capítulo encontra-se desenvolvido em torno da problematização teórica sobre a juventude, o corpo e o vestuário. Sobre a juventude, destacamos os importantes contributos de Machado Pais e Teixeira Lopes, autores fundamentais na compreensão relativa aos processos identitários dos jovens. Como parte integrante deste capítulo consta também uma leitura teórica relativa ao corpo - procura-se destacar as diferentes interpretações e conceções que ao longo dos tempos o corpo - enquanto imagem construída, vivida e sentida - vem sofrendo, assim como se relacionou esta componente com os jovens. A leitura teórica relativa ao vestuário centra-se, essencialmente, nas suas capacidades enquanto objeto-símbolo. Pretende-se dar conta que este há muito perdeu as propriedades iminentemente utilitárias e funcionais que outrora admitia. O vestuário assume-se hoje como instrumento estilístico por meio do qual se operam diferenciações e categorizações sociais, tendo evoluído como conceito e objeto expressivo, acentuando-se enquanto componente altamente trabalhada nos processos de interação social.

O terceiro capítulo encontra-se organizado no sentido de cumprir o objetivo de identificar os caminhos metodológicos da ação, assim como os motivos associados a essas escolhas. Registam-se também aqui as dificuldades e as percepções relacionadas com a recolha dos dados.

Por último, o quarto capítulo em que se escrevem os resultados obtidos através do tratamento e análise dos dados empíricos. Aqui recuperamos as hipóteses teóricas no sentido de as testar, confirmando ou infirmando o que havíamos avançado. No quarto capítulo são assim expressos os resultados de todo este trabalho de investigação, procurando compreender se as hipóteses por nós avançadas encontram veracidade empírica ou se, contrariamente, se encontram padrões diferenciados daqueles que esperávamos verificar. Neste último capítulo agregam-se, entre outros, os resultados relativos ao equacionamento dos jovens e das suas juventudes, as principais práticas de vestuário por eles realizadas, assim como se identificam as formas através das quais este instrumento estilístico permite impregnar de sentido as dinâmicas sociais de interação que os jovens desenvolvem nos espaços constituintes dos seus mundos de vida quotidiana.

Como última nota importa registar que: este trabalho de dissertação afirma-se apenas como um pequeno contributo relativo aos jovens e à forma como o vestuário adquire relevância e significado nos seus quotidianos. Por isso, muitas perguntas ficarão ainda por

responder, na medida em que se compreende a complexidade dos fenómenos sociais. Apesar dos esforços no sentido de atingir os objetivos a realidade social não é de resposta fácil. Certamente existirão nas páginas que se seguem lacunas que não conseguimos ultrapassar. Certamente que ficarão por tratar assuntos que poderiam ter adquirido profundidade. Ainda assim, e pese embora as limitações impostas, nomeadamente económicas e temporais, acreditamos que este trabalho cumpre o objetivo maior a que nos propúnhamos - identificar como o vestuário se assume como fator importante nos quotidianos juvenis e como através dele se realizam dinâmicas que estão para além da sua mera visualização enquanto instrumento imediatamente acessível ao olhar. É preciso olhar para além das aparências e é essa operação, difícil e complexa, que a Sociologia nos permite concretizar.

Capítulo I - A construção sociológica de um mundo de vida

“Porque a sociedade, seja de que forma se constituir, ao constituir-se, fala¹. Fala porque se constitui e constitui-se porque começa a falar. Quem não sabe ouvi-la falar onde quer que ela fale, ainda que sem usar palavras, passa por essa sociedade às cegas: não a conhece, portanto, não pode modificá-la”.

Eco, 1989; in Monteiro, 1997: 9

1.1 - O consumo enquanto prática social

O trabalho de dissertação que nos propusemos desenvolver parte de um conceito fundamental que funciona como base estruturante do trabalho: referimo-nos a práticas de consumo de vestuário em jovens imanescentes à *apresentação de si*. Não se esgotando aqui, em termos teóricos fomos mobilizando outros conceitos correlacionados e que contribuíram fortemente para a compreensão da problemática em estudo. Desses, destacamos, entre outros, socialização, juventude, corpo-imagem, *habitus* de classe.

Como relembra Isabel Cruz, o consumo adquire cada vez mais importância nas sociedades contemporâneas (Cruz, 2009a); as sociedades atuais “(...) são, por excelência, sociedades de consumo” (Cruz, 2010: 167).

Embora seja certo que a sociologia tem-se dedicado na atualidade a uma maior investigação nesta temática é também certo que o consumo aparece como uma área de interesse sociológico ainda muito recente (Cruz, 2000). Não obstante, a crescente importância que a sociologia tem vindo a dedicar ao consumo denota-se, desde logo, nas abordagens teóricas de diversos autores que centralizam e/ou circunscrevem as suas leituras da contemporaneidade no conceito de *sociedade de consumo* (Barbosa, 2008).

Há que notar, contudo, que definir uma sociedade sob esta noção - tornando-a característica específica a partir da qual parte do trabalho teórico se desenvolverá - poderá colocar alguns problemas concetuais (*idem, ibidem*). Por um lado, é facto que todas as sociedades, desde sempre, consumiram para a sua reprodução física e social mas, por outro lado, é também verdade que as sociedades consumiram e consomem como necessidade assente em fins de diferenciação, de distinção, de pertença (Barbosa, 2008). Na verdade, nas sociedades atuais, ditas de consumo, a dinâmica envolvente do consumo alargou-se cumprindo, realmente, outras funções (Cruz, 2010).

Se assim é, importa compreender, como salienta Barbosa, qual o verdadeiro significado do ato de consumir sob este novo rótulo - *sociedade de consumo* (Barbosa, 2008).

¹ Itálico do autor

Autores como Baudrillard e Bauman, entre outros, desenvolvem um olhar mais pessimista da realidade; este último, por exemplo, entende que a sociedade se organiza e orienta sob a ótica de um consumo exacerbado, descrevendo-o como algo desagregador, que apenas cumpre uma função de satisfação, consumindo-se pelo prazer de consumir (Bauman, 2007b); segundo o autor, “a passagem para uma sociedade de consumidores é muitas vezes referida como representando o triunfo final do direito do indivíduo à autoafirmação, entendida enquanto sabedoria indivisível do sujeito libertado, o *homo eligens*²” (Bauman, 2008: 89; in Cruz, 2010: 180). Neste sentido, “a nova obrigação, a obrigação de eleger ou de escolher, é apresentada como *liberdade de opção*³” (Bauman, 2008: 105; in *idem, ibidem*: 180). Como explica Isabel Cruz, Bauman entende que nas sociedades contemporâneas, por via da cultura do consumo, o indivíduo é levado a abdicar da sua identidade pessoal e dos laços interpessoais em favor da sua liberdade individual (Cruz, 2010): “a identidade, simultaneamente caracterizada pela gratuidade e pela obrigatoriedade, constitui um processo permanente de construção e de destruição (...). A cultura de consumo exerce uma pressão permanente sobre os indivíduos no sentido de mudarem de identidade, de se despojarem do passado e de renascerem” (Cruz, 2010: 180). Cruz adianta ainda que, para Bauman, “as vidas dos consumidores são vidas de experimentação contínua” (Cruz, 2010: 180).

O que parece sobressair desta interpretação é precisamente o caráter moralista que Bauman lhe emprega, parecendo que a função que o consumo cumpre, na ótica do autor, assenta na mera satisfação de consumir - entendida, pela sua parte, como algo despropositado tendo em conta a racionalidade característica dos seres humanos. Esse aspeto poderá ser entendido como um paradoxo na medida em que os autores que se orientam sob o prisma de análise da sociedade estetizada, no qual Bauman se inclui, desenvolvem uma teorização assente na “(...) quase total ausência da visão dos agentes sociais sobre os seus atos e uma postura teórica universalizante sobre o significado e o papel do consumo na vida das pessoas, que não distingue tipos de consumo, grupos sociais e os múltiplos significados da atividade de consumir” (Barbosa, 2008: 11). Para estes autores, portanto, a sociedade assim entendida, apenas poderá resultar no desenvolvimento das noções de perda de autenticidade das relações sociais, materialismo e superficialidade.

Autores como Bourdieu, Mary Douglas ou Colin Campbell chamam a atenção, por outro lado, para a necessidade de compreender o consumo como uma realidade a estudar sob diversos pontos de interesse, que permeiam e se desenvolvem na sociedade com o objetivo

² Itálico do autor

³ Itálicos do autor

último de melhor a compreender sociologicamente. Trata-se de equacionar, como nota Magalhães, “O que se consome? Porque é que se consome? Onde se consome? Com quem se consome?” (Magalhães, 2005: 14). Ou, como salienta Cruz, é necessário ter em conta que “a análise do acto de consumo pressupõe que o mesmo seja conceptualizado enquanto prática relacional, isto é, do actor por relação aos contextos e espaços sociais (de pertença, quotidianos); do actor por relação aos outros actores (outro significativo / outro generalizado); do actor por relação à sua própria trajectória (horizontal, ascendente ou descendente); do actor por relação aos objectos de consumo e ao seu significado simbólico” (Cruz, 2009a: 17).

Portanto, o consumo, segundo esta abordagem, deverá ser equacionado sob uma perspectiva relacional - do *eu* por relação ao(s) *outros*. De facto, os indivíduos movimentam-se em espaços diferenciados, são socializados em ambientes distintos o que se traduzirá em diferenciações ao nível das práticas de consumo.

Como exemplo do exposto, podemos considerar que para Bourdieu a estrutura de consumo é tida como componente fundamental para a reprodução das relações de classe (Duarte, 2010). Como esclarece Alice Duarte um dos mais importantes contributos de Bourdieu, relativo à problemática do consumo, remete para a desmistificação da naturalização do sentido estético (*idem, ibidem*). Por outras palavras, Bourdieu permite, através da sua teorização sobre o *habitus* e a sua implicação ao nível da construção de estilos de vida, a compreensão de que o gosto não se pode entender como compósito biologicamente incorporado nos genes do indivíduo, chamando a atenção para o facto de que o gosto tem que ser olhado como uma das disposições do *habitus* (Duarte, 2010). Segundo Duarte, na tese de Bourdieu, as particularidades dos objetos são vistas como importantes na identificação das dinâmicas objetivas por meio das quais as pessoas procuram distinguir-se (Duarte, 2010).

Se, por ventura, pretendêssemos exemplificar, num breve parenteses, quais as diferenças reais que esta duplicidade concetual envolve poderíamos salientar o seguinte, pensando no conceito de Amor:

Bauman, autor que se inscreve na primeira perspectiva que identificámos - relativa a uma visão mais pessimista e estetizada da *sociedade de consumo* - desenvolve toda uma construção sociológica remetendo e integrando nas suas temáticas de estudo as características inerentes à cultura das sociedades contemporâneas - passando-se, por isso, o mesmo quando o autor estende a análise sociológica às componentes que, na contemporaneidade, definem o Amor. Tal é perfeitamente visível no seu livro *o Amor Líquido* (Bauman, 2007a). As relações entre os seres humanos encontram-se em estado líquido, não são mais relações sólidas as que, Hoje, se desenvolvem entre os indivíduos. Bauman fala mesmo em descarte, como se as

relações amorosas *se consumissem pelo prazer de se ter*. Para o autor as mesmas adquirem o caráter de voláteis e efémeras (Bauman, 2007a). Atrevemo-nos a referir que as entende, às relações amorosas, como relações de circunstância.

Já Daniel Miller, autor que se orienta sob o prisma teórico da segunda perspetiva identificada - relativa ao equacionamento do consumo enquanto ato relacional - considera que o consumo é um *ato de Amor*. Esclareça-se que o amor identificado por este autor não remete para o ideal romântico, referindo-se antes ao amor entendido como “(...) fundamento ideológico subjacente às relações entre os membros da família (...)” (Duarte, 2002: 372). Este é, claro, um amor de sentido distinto daquele que nos aparece em Bauman. Não obstante, a decisão da inclusão destes exemplos remete única e exclusivamente para o objetivo de explicitar de que forma as perspetivas, distintas, de análise da *sociedade de consumo* teoricamente diferem, por extensão, na análise que os autores desenvolvem sobre as componentes constituintes dessa sociedade, que é a contemporânea.

Como escreve Duarte, Miller desenvolve uma teoria sobre o consumo na qual as compras são identificadas como *atos de amor* (Duarte, 2002). Miller argumenta que é através das compras que “(...) se desenvolvem e imaginam relacionamentos familiares e sociais e com os quais os compradores procuram contribuir para a criação de sujeitos desejados” (Duarte, 2002: 371-372). Argumento que se consubstancia na constatação, por parte do autor, de que as compras não são atos singulares ou individuais, querendo isto significar que a pessoa, ao efetuar as compras, não as orienta para seu próprio proveito, sendo este orientado para outras pessoas (um filho, um marido, entre outros) (*idem, ibidem*). O consumo teoriza-se, portanto, em termos relacionais, surge como ato que se realiza com outros e para os outros.

Pelo que atrás se expôs é possível, quase em perspetiva de epílogo, argumentar que o consumo surge na sociologia, nos tempos que correm, com destaque. Entre outros aspetos porque permite a identificação de hábitos próprios de cada cultura (Cruz, 2009b) - não podemos esquecer que o consumo - os objetos que consumimos - são indicadores de modos de vida, de condições sociais de existência, componentes estruturantes das próprias práticas sociais do sujeito em interação, nos diversos mundos da vida quotidiana em que se movimenta (*idem, ibidem*); os bens de consumo tornaram-se objetos por meio dos quais os indivíduos estabelecem ritos e interações sociais. Como salienta Isabel Cruz, a análise dos atos de consumo permite identificar a relação entre a estrutura do consumo e o nível de desenvolvimento socioeconómico de um país, revelando assim a influência das condições objetivas de vida enquanto determinantes dos gostos e dos estilos de vida (Cruz, 2009b).

Pela sua complexidade e abrangência sociológica a problemática do consumo e das suas implicações sociais desenvolve-se em torno de duas correntes fundamentais que, tendo pontos de perspectiva distintos, abordam diferentes aspetos, componentes do tema central. Assim, autores como Bauman e Baudrillard analisam as práticas de consumo identificando os objetos como signos - a questão do consumo do signo. Por outro lado, autores como Bourdieu ou Mary Douglas abordam a questão enaltecendo os constrangimentos associados à incapacidade de aceder a determinados bens de consumo e ligando os objetos a práticas e estratégias de distinção social.

Não obstante estas abordagens distintas à problemática do consumo, ambas as correntes teóricas partem de um argumento principal e fundamental: a consideração que o consumo adquiriu, na atualidade, um espaço e papel bastante distinto do desempenhado nas sociedades primitivas; as práticas de consumo encontram-se hoje “(...) impregnadas de sentidos e de valores que se reportam a desejos, a sonhos e às necessidades relativas à compreensão, à realização pessoal e à transcendência” (Cruz, 2010: 167).

Assim, colocados os pressupostos teóricos, podemos deixar claro que norteámos a nossa leitura da realidade pelos contributos teóricos da segunda perspetiva, uma vez que nos importava compreender de que forma o consumo, as práticas que lhe estão associadas, orientam e estruturam as vivências dos sujeitos. Explicitando, pretendíamos compreender a relação e/ou o impacto que o consumo de vestuário tem na estrutura quotidiana das práticas sociais dos jovens tendo em conta, entre outros aspetos, o seguinte:

i) Por um lado, o facto da questão das possibilidades económicas nas “escolhas” de consumo ter deixado, na contemporaneidade, de ser fator determinante. Como nota Barbosa, os produtos similares ou, por outras palavras, “a pirataria das marcas” permite o acesso a produtos que de outra forma as pessoas, com menos posses económicas, não poderiam aceder (Barbosa, 2008). Interessou-nos compreender formas de expressão e de interação que se desenvolvem em torno da manipulação do vestuário, entendido como significado da ação individual em interação, numa cultura que assenta cada vez mais em diversas possibilidades de individualização. Por este motivo também se entende a importância da obra de Pierre Bourdieu, que mobilizamos no nosso trabalho. Nos meandros desta complexa rede de consumo que caracteriza as sociedades contemporâneas, as noções de gosto - do “bom ou mau gosto” - tornam-se centrais na própria interação desenvolvida entre os indivíduos, nos contextos da vida quotidiana. Será caso para referir que quanto mais alargada a possibilidade/ “liberdade de escolha” maior a exposição e a responsabilidade individual, interpretada e manifestada, em interação social, nos conceitos de diferenciação, inclusão e exclusão que, tão

meticulosamente, Bourdieu desenvolve em *A Distinção* (Bourdieu, 2010). A identificação das práticas de consumo de vestuário pelos jovens, entendido enquanto objeto ao serviço da composição da imagem do eu em interação, afigura-se uma ferramenta importante no nosso estudo possibilitando compreender de que forma o vestuário poderá condicionar e estruturar as vivências dos jovens tendo sempre em linha de conta que hoje as realidades de consumo são mais dinâmicas e fluidas, mas também mais complexas e abrangentes.

ii) Por outro lado, é facto que, como característica das sociedades contemporâneas, vivemos sob o domínio dos detalhes (Barbosa, 2008). Na verdade, a efemeridade das tendências da moda não poderia consubstanciar-se senão nesta imperatividade. Não se tratam, neste pressuposto, de mudanças radicais, da introdução de novíssimas variedades, mas de variações; do novo sobre a perspectiva da introdução de *up loads*, se assim o poderemos designar. Segundo Cruz, “nesta sociedade, o *tempo de necessidade* dá lugar ao *tempo de oportunidades*⁴. Um tempo aleatório, aberto à experiência do novo, transitório, constituído por instantes, por episódios com prazo fixado e por inícios ininterruptos” (Cruz, 2009a: 12).

Este aspeto não deixou de ser importante para o nosso trabalho. Neste império da transformação há sempre quem seja ultrapassado. Quais serão as consequências para quem não consegue acompanhar a novidade, para quem não consegue, no imediato (pois são também imediatas as transformações), aceder às novidades estilísticas definidas, em dado momento, como prática vigente?

Como último apontamento importa referir que o estudo das práticas de consumo de vestuário orientando a leitura para o grupo social dos jovens não se desenvolve ao acaso.

Os jovens, nos dias que correm, têm a possibilidade de participar de uma forma mais efetiva no consumo (Ritzer, 2000; Roberts, 2003), para além de que, não esqueçamos, o consumo encontra-se, em grande parte, orientado para as novas gerações (Ritzer, 2000; Pina, 2006) - “nos últimos anos, as crianças e adolescentes [e os jovens] têm-se convertido em consumidores cada vez mais importantes (...)”⁵ (Ritzer, 2000: 44). Esta questão não deixa de estar relacionada com a participação, cada vez mais antecipada, dos jovens em certas decisões de domínio privado: modo de vestir, sexualidade, escolha de atividades desportivas, etc. (Tedesco, 2000). Face ao exposto concordamos com Abrantes quando explica que, contrariamente ao que anteriormente se pensava, hoje sociólogos, psicólogos e antropólogos têm entendido a socialização como um processo no qual o indivíduo tem um papel mais ativo, desde os primeiros anos de vida, na interpretação das mensagens (interiorização da estrutura)

⁴ Itálico da autora

⁵ Tradução nossa

e das ações que desenvolve sobre o mundo (exteriorização da interioridade) (Lewis e Feinman, 1991; Corsaro, 2005; in Abrantes, 2011a).

1.2 - O papel da Socialização

A consideração da importância e papel da socialização não surge neste trabalho ao acaso. Como fomos já referindo partilhamos da noção de consumo enquanto ato relacional, assim como não deslocamos da análise a consideração de que as condições materiais de existência adquirem papel fundamental na relação indivíduo-objeto de consumo.

Na verdade, como esclarece Magalhães, não podemos esquecer que “o consumo é um acto individual, não se esgotando, contudo, no indivíduo, uma vez que o indivíduo é o resultado de cruzamentos de influências múltiplas, que interagem em dimensões também múltiplas, resultando daqui práticas concretas” (Magalhães, 2010: 23). Por outras palavras, não podemos entender uma prática de consumo como um ato isolado, ou solitário, porque enquanto seres socializados, enquanto seres sociais que existem com outros e entre outros, os indivíduos sofrem várias, e variadas, influências - quer originárias do seu núcleo familiar ou resultado de uma realidade mais abrangente e complexa que são os grupos de amigos, os colegas de trabalho, ou ainda, a realidade social constituinte dos seus núcleos de vida. Neste pressuposto teórico, registamos que neste trabalho partilhamos também da noção da autora relativa à identificação do consumo como *acto social* (Magalhães, 2010). De facto, só nesta base teórica se pode entender a própria pergunta de partida que orientou o trabalho de dissertação: de que forma o vestuário funciona como verdadeira extensão do *eu* despoletando o desencadear de estratégias de distinção e/ou de integração grupal, por parte dos jovens?

Neste sentido, partilhamos, portanto, a ideia de que um ato de consumo é levado a cabo pelo indivíduo, singularmente, mas, este mesmo indivíduo, está sujeito, enquanto ser social, a um conjunto de *inputs* que, em primeira instância, e por via desse importante processo que é a socialização primária, provêm do lugar que, por descendência, ocupa no espaço social (Bourdieu, 2010) - “primeira instância de socialização, a família - a constelação de pessoas que realmente formam uma família e estão em interacção frequente com as crianças - tem o monopólio da formação precoce de disposições mentais e comportamentais das crianças, sendo o primeiro espaço (primário) que tende a estabelecer objectivamente - sem o saber ou pretender - os limites do possível e do desejável” (Lahire, 2011: 13).

Assim, o indivíduo, desde a nascença, passa a estar sujeito a um conjunto de interiorizações que lhe chegam, num primeiro momento, por via dos *outros significativos* (que

são impostos e geralmente a família) e, num segundo momento, por via do *outro generalizado* (a sociedade) (Berger e Luckmann, 1998; in Abrantes, 2011a). Por outras palavras, através da socialização primária o indivíduo realiza as primeiras identificações da realidade social, que lhe chega geralmente por via da família, despoletando-se “(...) uma identificação ao modo subjetivo como estes interpretam o mundo (dependente do meio social e de idiossincrasias biográficas). Este processo é carregado de emoções e orientado pelo desenvolvimento da linguagem, sendo a experiência (objetiva e subjetiva) incorporada como “a” realidade (*idem, ibidem*: 124). Posteriormente, a figura do *outro significativo* é substituída pela do *outro generalizado* “(...) permitindo ao indivíduo envolver-se de forma autónoma em interações com desconhecidos” (Abrantes, 2011a: 124). Significa isto, que somos resultado de múltiplas interiorizações que com outros vamos realizando na passagem pelos diversos mundos de vida constituintes do nosso quotidiano. Significa também que a análise dos atos de consumo de vestuário pelos jovens não se desloca dessa premissa de interiorização primordial que se relaciona com o seu sentido de ser e estar no mundo, enquanto aprendizagem subjetiva no seio de um grupo social específico. Não obstante, as aprendizagens sociais não se restringem à família, estendem-se às restantes instituições sociais que compõem a realidade da vida quotidiana dos sujeitos. Por isso, mais uma vez se corrobora a noção de que o consumo se deverá entender como ato relacional, como manifestação objetiva de um sentido subjetivo de pertença, que se inicia no seio de um dado grupo social - no qual o indivíduo apreende as coordenadas base da sua ação individual - e que se estende aos contextos sociais específicos em que se movimenta, aos grupos compósitos da sua vivência social, em suma, à realidade constituinte da sua experiência quotidiana.

Segundo Abrantes é o desenvolvimento da linguagem, do pensamento e da racionalidade que nos torna pessoas com capacidade para interpretar e atuar sobre o mundo que nos rodeia e, mais tarde, sobre o “eu” (Abrantes, 2011a) - “esse desenvolvimento depende da integração, inicialmente periférica e progressivamente mais ativa, em comunidades em que já existem formas de falar, pensar e sentir. Chegamos a um mundo já organizado, com uma materialidade própria (edifícios, equipamentos, instrumentos), entrelaçada com sistemas simbólicos, entre os quais a língua é o mais complexo e integral, mas não o único” (Connerton, 1993; in Abrantes, 2011a: 123). A linguagem apresenta-se como um dos meios fundamentais através dos quais o indivíduo apreende o mundo que o rodeia - plataforma de interação por excelência a linguagem possibilita essa interiorização da realidade que nos cerca, tornando-nos seres com capacidade de entendimento e manipulação de objetos, facultando dia a dia a (re)confirmação dos mundos da vida quotidiana nos quais nos movemos

e existimos. É a linguagem que possibilita ao indivíduo desenvolver e perpetuar os mundos da vida quotidiana nos quais se movimenta, tornando-os significativos e significantes; é através da linguagem que contribuímos para a construção da realidade que nos cerca, num processo dialético de interiorização da exterioridade e de exteriorização da interioridade (Berger e Luckmann, 2004). A socialização tem, portanto, um papel extremamente importante na leitura que realizamos do mundo social, bem como da apropriação que dele fazemos (Lahire, 2011).

Falamos aqui da importância crucial da socialização (em especial a socialização primária) da qual a construção de uma perspetiva sobre as práticas de consumo não se pode descolar - somos seres socializados numa dada realidade, na qual apreendemos as estruturas mais íntimas e, até, mais duráveis, de perceção mental do mundo que nos rodeia - a socialização é esse modo fundamental da instituição do mundo enquanto significado, edificando-se como o processo por meio do qual o indivíduo aprende a ser um membro ativo da sociedade na qual se integra num conjunto de organizações ou instituições. Este complexo processo desenvolve-se em torno de um conjunto de padrões sociais que são transmitidos aos indivíduos permitindo-lhes, assim, partilhar da cultura, dos ideais, das normas e valores relativos à sociedade a que cada um pertence (Campenhoudt, 2003). A socialização é o “*processo de constituição dos indivíduos e das sociedades, através das interações, atividades e práticas sociais, regulado por emoções, relações de poder e projetos identitários-biográficos, numa dialética entre organismos biológicos e contextos socioculturais*”⁶ (Abrantes, 2011a: 121). Grosso modo, a socialização é um processo de iniciação no mundo social, nas suas formas de interação e nos seus numerosos significados (Campenhoudt, 2003).

Como refere Pedro Abrantes existe a noção de que a socialização é um processo impositivo, uma imposição da sociedade sobre o indivíduo, com vista a que este possa interiorizar um conjunto de conhecimentos, normas e valores, considerados indispensáveis à vivência social. Para o autor esta noção de sociedade, arrogante e manipuladora, não faz qualquer sentido - “pela sua natureza social, o ser humano apenas pela socialização pode sobreviver, desenvolver-se e⁷ tornar-se pessoa” (Abrantes, 2011a: 122). De facto, os humanos são das espécies animais que, em termos meramente biológico-genéticos, menos capacidade têm para sobreviver sozinhos, nos primeiros anos de vida (Abrantes, 2011a) - desde logo, tal constatação significa que somos dependentes de outros durante mais tempo e de forma mais intensa (*idem, ibidem*). Por outro lado, importa ter em conta que todas as complexas capacidades humanas que após o nascimento, de forma gradual, vamos aprendendo a

⁶ Itálico do autor

⁷ Itálico do autor

desempenhar como, falar, aprender, interagir com outros, ocorrem por meio do processo de interação social que com outros vamos desenvolvendo (Abrantes, 2011a), ou seja “(...) devemos reconhecer que resultam da interação com outros humanos durante longos períodos de tempo” (Abrantes, 2011a: 122). Como Pedro Abrantes esclarece, a socialização deve entender-se, essencialmente, como um processo gradativo, expresso em múltiplas interiorizações/exteriorizações, nunca completamente fechado e por isso sempre incompleto, que se desenvolve por etapas e ocorre ao longo da vida no seio de constantes interações que vamos realizando (*idem, ibidem*) - somos Homens entre outros Homens.

Neste entendimento teórico, consideramos que não podemos deixar de conceber o indivíduo como entidade social e, por essa via, não podemos deixar de entender o consumo como prática social (Magalhães, 2010); as práticas sociais, das quais aqui destacamos a componente do consumo embora o mesmo seja válido para toda a prática (*idem, ibidem*), são distintas porque se encontram relacionadas com as diferentes posições que os indivíduos ocupam no mundo social (Bourdieu, 1989; in Magalhães, 2010). Ter este aspeto presente conduz-nos a considerar “(...) que essas diferentes formas de apropriação [e de ação sobre o mundo] poderão resultar de diferenciações de classe, enquanto espaços diferenciados de socialização (...)” (*idem, ibidem*: 26). Como esclarece Bernard Lahire: “um lugar é uma maneira de ser no mundo e de estar no mundo, uma série de coisas pensáveis, possíveis ou autorizadas (e ao mesmo tempo, um quadro que fixa os limites do pensável, do possível e do que é permitido) como também de altas expectativas sociais. Independentemente da sua subjectividade e da sua singularidade, a criança nasce numa família já para missões ou funções às quais será difícil escapar: seja menino ou menina, primogénito ou não, os pais aguardam um herdeiro de certa forma em função do que eles são. Ele aprende também rapidamente - e a sua configuração familiar é também o espaço onde começa a fazer esse tipo de aprendizagem - que é judeu, muçulmano ou católico, anglófono, lusófono ou francófono, de condições modestas ou privilegiadas, etc., e que isto tem implicações para o seu presente e futuro” (Lahire, 2011: 16).

Assim, procurámos também neste trabalho compreender em que sentido as práticas de consumo de vestuário se podem inscrever como práticas de classe, de que forma o consumo assume substância enquanto matriz de uma classe de pertença. Como esclarece Isabel Cruz, a abordagem sociológica às práticas de consumo não pode deslocar-se da ponderação de variáveis que são consideradas fundamentais; a classe social é uma dessas variáveis, desde logo porque “(...) está, também, associada à reprodução de gestos, de práticas, do gosto e de

uma ideologia de consumo, a um *habitus*⁸⁸ de classe” (Cruz, 2010: 175). Convém não esquecer que a posição que cada sujeito ocupa no espaço social é definida, inicialmente, pela sua origem social, ou seja por via direta da posição familiar. Mais tarde, aquando da entrada na vida ativa, a posição ocupada no espaço social definir-se-á em função da própria atividade profissional do indivíduo (Magalhães, 2010).

Este desenvolvimento teórico sobre a problemática do consumo e a importância da socialização apresenta importância fundamental neste desenvolvimento teórico. Na verdade, quase não seria possível partir para o desenlace da dissertação sem começar por especificar a base temática na qual se consubstancia - o consumo entendido como prática social. Enquanto prática social o consumo não se esgota no indivíduo, desenvolve-se em torno de um conjunto de enunciações mais amplas que remetem, entre outros aspetos, para as posições que estes ocupam no espaço social - definidor de disposições para agir que se jogam nos palcos quotidianos de interação; o indivíduo, ao longo da sua vida, está sujeito a um conjunto de experiências, nomeadamente decorrentes das diferentes interações que, quotidianamente, nos diversos mundos de vida vai realizando, definindo e redefinindo o sistema de disposições que permite e orienta a sua participação na vida social.

1.3 - Das práticas como distinção à interação como palco de integração social

1.3.1 - A importância das condições objetivas de vida na eleição e na consolidação das práticas

Sobre Bourdieu muitos aspetos haveriam a considerar, uma vez que o entendemos como um dos grandes teóricos e pensadores dos séculos XX e XXI. É facto, temo-lo percebido, que se apresenta também como um autor sobre o qual muitos outros têm desenvolvido trabalhos - ora contribuindo para um desenvolvimento compreensivo dos seus escritos, ora identificando as lacunas que no entender desses autores as suas monografias revelam. Não nos cabe aqui desenvolver uma perspetiva crítica relativa ao trabalho de Bourdieu - na verdade, não possuímos maturidade académica, nem mesmo sociológica, para proceder a tal proeza. Porventura, poderão estas páginas funcionar como um contributo para a compreensão de uma pequena componente do trabalho que este autor, ao longo da sua vida académica, foi procurando construir. Assume-se como uma reduzida contribuição, em tamanho e em perspetiva, na medida em que aqui procurámos destacar apenas uma pequena parte do seu trabalho - aquela que se apresentou fundamental para a construção e compreensão da temática

⁸⁸ Itálico da autora

de estudo - e sobretudo apoiando-nos em trabalhos que outros autores têm desenvolvido sobre este teórico e pensador francês.

O trabalho teórico de Bourdieu possibilita-nos entender que o uso que fazemos dos objetos que compõem o nosso quotidiano não se desvincula de uma noção mais ampla e significativa no processo de interação. Todos os objetos que compõem a imagem que socialmente “construímos” - de nós próprios e dos outros que connosco partilham um mesmo mundo de vida - servem uma função mais ampla do que a mera utilidade que, dia a dia, adquirem para nós. Assim, podemos deixar claro que neste desenvolvimento teórico, tratámos e entendemos os objetos - no caso específico o vestuário - como realidades manipuláveis no sentido de transmissão de mensagens, procurando compreender, entre outros aspetos, essa espécie de marca, de característica distintiva, que permite aos jovens sentirem-se próximos ou distantes de outros.

Bourdieu permite, nomeadamente através da monografia *A Distinção*, compreender processos de reprodução social assentes numa lógica de lutas sociais e, acima de tudo, simbólicas. É neste processo de confronto realizado no espaço social que os indivíduos tentam desenvolver processos de mobilidade social ascendente. Assiste-se a uma luta pela posse e volume dos capitais mais apropriados à ascensão social, procurando uns manter as suas posições distintivas e outros ascender a elas. Mas, note-se, este espaço de que falamos, que se apresenta aos sujeitos como realidade objetiva, é fruto de uma construção social (Bourdieu, 2010) - “(...) o espaço social (...) é uma *representação abstrata*⁹ produzida a custo de um trabalho específico de construção e que dá, como um mapa, uma visão aérea, um ponto de vista sobre todos os pontos a partir dos quais os agentes normais (...) vêem o mundo social” (Bourdieu, 2010: 269). Por esta mesma razão adiantávamos anteriormente que os objetos poderão funcionar como códigos de leitura, percetíveis tanto para os que partilham uma mesma realidade quotidiana connosco (nós) como para aqueles que se encontram em espaços simbolicamente distantes do nosso quotidiano vivido (os outros).

Em Bourdieu o *mundo social* (Bourdieu, 2011) é entendido como um espaço, um espaço composto por múltiplas dimensões. Este espaço constitui-se sob princípios de “(...) diferenciação ou de distribuição construídos pelo conjunto de propriedades que actuam no universo social considerado, quer dizer, apropriadas a conferir, ao detentor delas, força ou poder neste universo” (Bourdieu, 2011: 136). Ora, segundo esta identificação, os agentes sociais - ou grupos de agentes - são definidos, isto é, classificados, em função das suas

⁹ Itálicos do autor

posições nesse espaço (*idem, ibidem*). Por outro lado, este espaço social pode também definir-se como um *campo de forças* (*idem, ibidem*) - “(...) um conjunto de relações de força objectivas impostas a todos os que entram nesse campo de forças (...)” (Bourdieu, 2011: 136). Cada espaço disponibiliza, então, um conjunto de propriedades, socialmente definidas, vinculadas a uma definição social dos agentes. Será em função das componentes que dispõem para o jogo social que os indivíduos serão “arrumados” nesse mesmo espaço circunstancial.

Esclareça-se que as propriedades necessárias à definição da posição do indivíduo num dado espaço de atuação são as *propriedades actuates* (Bourdieu, 2011). Noutras palavras, os indivíduos encontram-se distribuídos no espaço social, ocupando esta ou aquela posição, em função das diferentes espécies de poder, ou capital, movimentadas em cada campo (*idem, ibidem*); “o capital (...) representa um poder sobre um campo (num dado momento) e, mais precisamente, sobre o produto acumulado do trabalho passado (...)” (Bourdieu, 2011: 136). São as diferentes espécies de capital que definem as propriedades de ganho num determinado campo - “(...) de facto, a cada campo ou subcampo corresponde uma espécie de capital particular, que ocorre, como poder e como coisa em jogo, neste campo” (Bourdieu, 2011: 137). Então, será a posse e o volume de cada um dos diferentes tipos de capital (económico, cultural, relacional e simbólico) que determinará as possibilidades de ganho, a força necessária a possuir para o jogo social no qual esse capital é chamado determinante (Bourdieu, 2011).

Grosso modo, “pode-se descrever o campo social como um espaço multidimensional de posições tal que qualquer posição actual pode ser definida em função de um sistema multidimensional de coordenadas cujos valores correspondem aos valores das diferentes variáveis pertinentes: os agentes distribuem-se assim nele, na primeira dimensão, segundo o volume global do capital que possuem e, na segunda dimensão, segundo a composição do seu capital - quer dizer, segundo o peso relativo das diferentes espécies no conjunto das suas posses” (Bourdieu, 2011: 137-138). Os sujeitos distribuem-se diferentemente nesse espaço de disposições e relações sociais porque possuem diferenciadas proporções, em termos de posse e volume, de capitais. São estas *propriedades actuates* (Bourdieu, 2011) que definem as possibilidades de atuação suscetíveis de serem mobilizadas pelos indivíduos em cada campo. Por isso, a prática de apropriação, qualquer que ela seja (de consumo de vestuário, vínico, de leitura, de uma obra de arte ou de uma música) entendida individualmente, num primeiro ponto, e relacionalmente, num segundo, não se desvincula desta posição invisível, tornada manifesta pelas disposições para agir que orienta e determina (*idem, ibidem*). Noutros termos, o uso e apropriação que os jovens realizam do vestuário não se desloca das diferentes

posições que, por descendência, ocupam no espaço social. Assim, se pretendíamos compreender os usos do vestuário, as representações que dele os jovens fazem e as manipulações que, através dele, possibilitam formas de interação não poderíamos deslocar da nossa análise a noção de que as práticas, enquanto manifestações objetivas de sistemas de apropriação diferenciados, são, também elas, dissonantes, porque reflexo de propriedades de ação divergentes.

Como esclarece Magalhães, a noção de “espaço social remete-nos, portanto, para a abordagem dos lugares de classe, uma vez que o espaço social funciona como que constituído por *cantos específicos*. A estes *cantos específicos*¹⁰ - os lugares de classe - correspondem posições sociais, que irão condicionar os seus comportamentos no que respeita a tomadas de posição, isto é, a disposições precedidas por predisposições para acções, independentemente da dimensão em que se situem: acções materiais, económicas, culturais, sociais ou simbólicas” (Magalhães, 2010: 27-28). Com efeito, estas disposições para agir não se encontram deslocadas dos lugares de classe, das posições objetivas que os indivíduos ocupam no seio do espaço social por via dos capitais que possuem (e do volume em que os possuem). Novamente se regista a importância do processo de socialização, como matriz de aprendizagem para ação, uma vez que este processo de interiorização da disposição não é realizado senão pelo processo de socialização ou (re)socialização, se considerarmos as componentes intrínsecas ao processo de interiorização/exteriorização que se desenvolve ao longo da vida, (a esfera e importância dos grupos de pares, amigos, colegas de trabalho, grupos associativos, etc.) contribuindo para a contínua (re)formulação das estruturas mentais de ação e apropriação do mundo social (Magalhães, 2010).

É nesta perspectiva de análise da realidade social constituinte que consideramos neste trabalho como premissa e hipótese teórica a identificação das práticas de consumo enquanto práticas de classe, isto porque não se pode deslocar da prática, da apropriação concreta de uma dada realidade social, as componentes primárias que possibilitaram ao sujeito a construção das estruturas mentais de leitura e de atuação nessa mesma realidade. Por outro lado, é também neste propósito que surge neste trabalho o contributo teórico de Bourdieu, na medida em que alerta para o facto de que a perceção que os indivíduos possuem do espaço social não é, de todo, desconectada da posição, diferenciada, que ocupam nesse mesmo espaço. Tal torna-se possível por meio de um conceito essencial - a noção de *habitus*. Clarificando: porque dispostos de maneira distinta os indivíduos são expostos, através do

¹⁰ Itálico da autora

processo de socialização, a condições objetivas de vida que serão, em função do volume e tipo de capitais que os sujeitos dispõem, diferenciadas. Ora, como afirma o autor “a relação que se estabelece, de facto, entre as características pertinentes da condição económica e social (o volume e a estrutura do capital apreendidos sincrónica e diacronicamente) e os traços distintivos associados à posição correspondente no espaço dos estilos de vida só se torna inteligível através da construção do *habitus* como fórmula geradora que permite levar em conta, em simultâneo, práticas e produtos classificáveis e juízos, eles próprios classificados, que constituem essas práticas e essas obras em sistema de *sinais distintivos*¹¹” (Bourdieu, 2010: 270).

O *habitus* poderá, então, entender-se como um sistema de disposições, de sentidos para agir, que orienta e esquematiza a matriz objetiva da existência individual. Por outras palavras, determinadas condições objetivas de vida permitem o desenvolvimento de um determinado conjunto de disposições - *habitus* - que funcionarão para o indivíduo como um farol funciona para os pescadores no mar noturno. Mais, “estrutura estruturante que organiza as práticas e a percepção das práticas, o *habitus*¹² é também estrutura estruturada: o princípio da divisão em classes lógicas que organiza a percepção do mundo social é em si mesmo produto da incorporação da divisão em classes sociais” (Bourdieu, 2010: 271-272).

O *habitus* funciona como uma espécie de guia para a ação, orientando o indivíduo nas suas práticas quotidianas, permanentemente acionando, nas diversas situações compósitas da realidade social envolvente do sujeito, o sistema de disposições apreendidas e, por isso, interiorizadas como o ponto a partir do qual todas as leituras, interpretações e percepções sociais se realizam. Na verdade, a realidade circundante ao indivíduo de tão interiorizada, tornou-se naturalizada, e, por essa via, não questionada. É precisamente por esta razão que Bourdieu chama a atenção para a dificuldade de questionar o mundo social - porque este encontra-se aos nossos olhos naturalizado, percecionado de uma dada forma, na medida em que não o poderíamos fazer de outra maneira; sendo seres socializados nesta realidade que dia a dia nos é confirmada pelos outros, sentindo-nos nela como peixes na água, é complexo o processo de duvidar (Bourdieu, 2010).

O *habitus* operacionaliza as percepções, torna-as objetivas através do gosto - “o gosto (...) é a fórmula geradora que está na base do estilo de vida, conjunto unitário de preferências distintivas que exprimem, na lógica específica de cada um dos sub-espacos simbólicos

¹¹ Itálicos do autor

¹² Itálico do autor

(mobiliário, vestuário, linguagem ou *hexis*¹³ corporal), a mesma intenção expressiva” (Bourdieu, 2010: 274). Como salienta Cruz, “(...) Bourdieu afirma que este [o gosto] depende da herança socio-cultural interiorizada do indivíduo (...) o gosto constitui um mecanismo central na organização e na distribuição de recursos simbólicos” (Cruz, 2009: 33).

Ora, é este sistema de disposições apreendidas que, dia a dia, frequentemente, o indivíduo coloca em ação - os gostos, os hábitos, os gestos são mecanismos utilizados para interpretar e agir sobre a realidade social e não estão, de forma alguma, deslocados da consideração inicial e ulterior a todo o processo de interiorização - a classe social de origem (Magalhães, 2010). O mesmo será então referenciar que as práticas de consumo de vestuário que são realizadas pelos jovens dependerão, primariamente, da família e das suas circunstâncias pessoais de atuação (Jones e Martin, 1999; in Roberts, 2003). Partilhamos a noção de que a forma como os jovens constroem os seus estilos, a forma como definem as propriedades expressivas operacionalizadas pelo gosto constituinte da figura do eu em interação, não se desloca destas particularidades sociais que se edificam no seio dos espaços sociais de origem. De facto, “(...) «o *habitus* é uma subjectividade socializada»” (Bourdieu e Luc Wacquant:101; in Magalhães, 2010: 32).

José Luís Casanova, conceptualizando sobre este conceito tão caro à teoria Bourdiana, escreve que o *habitus* “concorre para uma conjugação, por uma parte, e para uma superação, por outra, de dois conceitos muito próximos ao de «*habitus*», em termos teórico-epistemológicos, que são o de «*hexis*» (mais associado a dimensões incorporadas), muito utilizado a partir de Aristóteles e também por Marcell Maus, e o de «*èthos*»¹⁴ (mais associado a dimensões simbólicas e valorativas) (...)” (Casanova, 1995: 48).

Esclarece este autor que os *habitus*, sendo sistemas de disposições, não estão apenas na origem e produção específica das práticas estão, também, na origem e produção de representações sociais - “(...) em especial, das representações sobre as próprias práticas. Tendem a impor-se como esquemas geradores de práticas e de percepção e apreciação das práticas sociais (dimensão última esta a que P. Bourdieu chama «o gosto»), ambos definidores de estilos de vida particulares” (*idem, ibidem*: 51). O *habitus* engendra então as propriedades de atuação dos indivíduos assim como as propriedades de apropriação simbólica dessas mesmas práticas atuantes. Neste entendimento teórico se esclarece que os indivíduos apreendem por meio deste sistema de reconhecimento a identificar os que lhe são próximos assim como os que deles se encontram distantes na esfera social. Ora, este sistema operativo

¹³ Itálico do autor

¹⁴ Itálicos do autor

de reconhecimento social - do eu por relação ao nós ou do eu por relação aos outros - nunca é tão visível, esclarece Bourdieu, como na endogamia de classe, em que se assiste a um reconhecimento do *habitus* pelo *habitus* (Bourdieu, 2010).

Do exposto podemos retirar que o *habitus* se assume como mecanismo unificador das práticas, sendo esta característica entendida como facto - este conceito, na teorização de Bourdieu, funciona como ponto a partir do qual todas as práticas se constituem. Contudo, esclarece Casanova, tal afirmação não significa “que as práticas não possam assumir realizações distintas em situações diversas” (Casanova, 1995: 51). Bourdieu fala em *transponibilidade* para dar conta da capacidade do *habitus* como matriz operativa em situações diferentes, sem que com isso, o sistema de disposições que lhe é intrínseco, perca o âmago da sua implicação objetiva enquanto origem prática de uniformização e equivalência (Casanova, 1995). Por outro lado, importa registar que o *habitus*, enquanto matriz operativa implica não só a regularização dessas práticas mas, também, a introdução do novo - “as experiências da vida social são interpretadas, julgadas e assimiladas através do sistema de disposições em vigor, que constitui, igualmente, uma «gramática» que está (Casanova, 1995: 51) “no princípio da percepção e da apreciação de toda a experiência ulterior”¹⁵” (Pierre Bourdieu citado em Renato Ortiz (org.), *Pierre Bourdieu op. cit.*, p. 64; in Casanova, 1995: 52).

Sobre a questão da capacidade de integração do novo como componente intrínseca do *habitus* encontramos também referências em Dulce Magalhães. A autora entende este conceito numa dupla perspetiva: enquanto mecanismo que possibilita, simultaneamente, a atualização e a reprodução das condições sociais originais (Magalhães, 2010) - “assim, a possibilidade de mudança está presente, apesar da existência de um «filtro múltiplo de disposições adquiridas e activas ao longo da trajectória biográfica do agente, assim como através da história estrutural desta posição no espaço social»” (Bourdieu e Wacquant, 1992: 110; in Magalhães 2010: 48). Para Magalhães, na concetualização que Bourdieu desenvolve sobre o *habitus* a capacidade de introdução do novo está presente - o *habitus* possibilita a introdução do novo; não obstante fá-lo mediante os limites das suas fronteiras (Magalhães, 2010). É necessário que ocorra “(...) uma adequação do novo elemento às disposições (pré)existentes. A liberdade de escolha, de opção e de adopção está assim garantida, pela existência de uma margem de actuação construída, é um facto, na senda das condições sociais de existência; (...) é desta forma que se podem conceber mudanças de valores, gostos e

¹⁵ Itálico do autor

atitudes, por inerência, por sua vez, de novos e diferentes contactos sociais, de ressocializações e/ou de mobilidades classistas” (Magalhães, 2010: 48). Sobre a capacidade de integração do novo o próprio Bourdieu esclarece que “(...) o habitus tem parte ligado com o leve e o vago” (Bourdieu, 1986: 40; in Magalhães, 2010: 49).

Numa breve sumarização da problemática bourdiana sublinhe-se o próprio entendimento do autor sobre a sua obra. Este escreve que desenvolver uma teoria na qual a identificação da noção de espaço social seja central implica orientar o nosso olhar sob um prisma relacional, multidimensional. De facto, remete para a consideração que jogamos um jogo no qual múltiplas peças têm lugar e destaque. Por isso, não basta, por exemplo, equacionar a posse de capital económico; implica ter em linha de conta que este tipo de capital relaciona-se com outros e é dessa mesma relação que outras se desenvolvem (Bourdieu, 2010); os capitais não são propriedades estáticas, eles multiplicam-se despoletando um conjunto de teias relacionais que, por sua vez, norteiam os possíveis universos de atuação. Esta perspetiva relacional de pensar e conceber o mundo social implica, também, ter em consideração que o espaço social adquire significado e representatividade para os que nele se movem e existem (*idem, ibidem*).

A perspetiva de análise relacional bourdiana remete, em última instância, para a noção de que existem múltiplos *espaços de preferência* (Bourdieu, 2010), tantos quantos os universos de possibilidades (o universo dos automóveis, o universo das bebidas, ou mesmo, o universo do vestuário) (*idem, ibidem*). Estes universos de *possíveis estilísticos* (Bourdieu, 2010) ao funcionarem como sistemas de diferenças, ou possibilidades, permitem aos indivíduos desenvolverem práticas distintivas, diferenças objetivas que, por sua vez, objetificam pertenças sociais (Bourdieu, 2010). O universo de possibilidades e o conhecimento que dele os indivíduos possuem necessariamente categoriza os consumos, recriando espaços de diferenciação que se tornam visíveis, que tornam material uma subjetividade distintiva.

Bourdieu coloca, por isso, a ênfase na *maneira* (Bourdieu, 2010), entendendo-a como apropriação específica de uma dada realidade social, enquanto manifestação simbólica, percecionada, subjetivamente, quer pelo sujeito produtor quer pelo sujeito recetor (*idem, ibidem*). Neste sentido se entende que a maneira de utilização, apropriação de um dado bem de consumo, do qual o vestuário é um exemplo, possa funcionar como instrumento de excelência de estratégias de distinção, enquanto marcador privilegiado de identificação classista. Dito de outro modo, assim se clarifica e se entende que um par de calças de ganga, por exemplo, transporte em si uma propriedade que é mais do que funcional - adquirem

propriedade simbólica, de classe. Assim, as calças de ganga, não são apenas um objeto de tecido que se usam para proteção do frio; são as calças de ganga desta ou daquela marca, que se adquirem neste ou naquele espaço de consumo e que se usam nesta ou naquela situação de interação. De facto, lembra Bourdieu, o efeito do modo de aquisição nunca é tão marcado como nas escolhas mais vulgares da vida quotidiana como sejam as que se relacionam com o mobiliário ou, mesmo, com o vestuário - “[objetos] particularmente reveladores das disposições mais profundas e antigas porque, situados fora do campo de intervenção da instituição escolar, devem ser enfrentados, se assim se pode dizer, pelo gosto nu, fora de qualquer prescrição ou proscricção expressas (...)” (Bourdieu, 2010: 144).

Mediante esta concetualização teórica da realidade social Bourdieu defende que a lógica do sistema produtivo não está deslocada da lógica do sistema de consumo (Bourdieu, 2010). Os bens de consumo são produzidos em função de um determinado público que os irá consumir (*idem, ibidem*); neste sentido, “a homologia mais ou menos perfeita entre os campos de produção especializados nos quais se elaboram os produtos e os campos (campos das classes sociais, ou campo da classe dominante) nos quais se determinam os gostos faz com que os produtos elaborados nas lutas de concorrência travadas em cada campo de produção, e que estão na base da alteração incessante desses produtos, encontrem, sem necessidade de a demandarem expressamente, a procura que se elabora nas relações objectivas ou subjectivamente antagónicas que as diferentes classes e frações de classe mantêm a propósito dos bens de consumo materiais ou culturais ou, mais precisamente, nas lutas de concorrência que as opõem a propósito desses bens e que estão na base da mudança dos gostos” (Bourdieu, 2010: 347-348). Será este campo de produção a garantir a objetivação dos gostos, possibilitando que o indivíduo “escolha” mediante um universo de possíveis que lhe é disponibilizado. Entenda-se, como de resto o autor o clarifica, que “(...) o universo dos produtos oferecidos por cada um dos campos de produção tende a limitar o universo das formas de experiência (estética, ética, política, etc.) subjectivamente possíveis num momento dado do tempo” (Bourdieu, 2010: 348).

Assim, poderemos identificar que a oferta de bens de consumo acaba por funcionar como matriz reguladora por meio da qual o indivíduo procede à operacionalização prática do seu lugar de classe; operacionaliza, por via do objeto, “(...) um gosto que foi levado da semi-existência vaga do vivido meio formulado ou não formulado, do desejo implícito e até inconsciente, à plena realidade do produto acabado (...)” (Bourdieu, 2010: 349). O produto tem, portanto, a força de objetivação de um dado estilo de vida porque os produtos, por via da

relação direta entre procura e oferta, estão sempre associados a um determinado tipo de público (*idem, ibidem*).

Por via da operacionalização prática do gosto realizam-se padrões e sequências de apropriação e uso semelhantes - processa-se um ajustamento do que só pode ser ajustável. Na verdade, é este processo de identificação “(...) que está na base das afinidades imediatas que orientam os encontros sociais, desencorajando as relações socialmente discordantes, encorajando as relações harmoniosas, sem que estas operações tenham alguma vez de se formular de outro modo que não na linguagem socialmente inocente da simpatia ou da antipatia” (Bourdieu, 2010: 364). Foi partindo deste pressuposto de análise que procurámos compreender como o vestuário poderia funcionar enquanto instrumento de formação dos grupos amicais. Foi nesta base de entendimento que sustentámos que as peças de roupa que os jovens envergam permitem o acesso/bloqueio a determinado grupo, procurando compreender se neste sistema de identificações/diferenciações sociais o vestuário, enquanto objeto imediatamente acessível ao olhar, possibilita essas práticas de organização social expressas nas relações de amizade juvenil que se desenrolam nos espaços sociais constituintes dos seus quotidianos de atuação.

1.3.2 - Contributos de uma sociologia do vivido: a importância dos contextos de interação quotidiana enquanto palcos de atuação social

A obra de Bourdieu possibilita um entendimento teórico-concetual com densa riqueza relativa às implicações objetivas da pertença social. É neste espaço social que dia a dia são travadas lutas pela posse dos capitais, ditos mais valorizados, num determinado campo de atuação. Não obstante, estas lutas simbólicas pelo domínio dos capitais considerados mais importantes num dado campo ocorre num palco, que é o palco da realidade quotidiana - é na vida quotidiana, por meio de um conjunto de interações contínuas, que os indivíduos se afirmam como detentores de conjuntos de capitais, de recursos necessários para atuar num determinado campo. O jogo social só faz sentido porque se desenvolve em contextos de constante interação, nos quais os indivíduos assumem, necessariamente, posições de dominação e sujeição.

O mundo da vida quotidiana aparece em consideração neste trabalho sobre a perspectiva da interação social - “vivemos «com» os outros e «para» os outros, orientando as nossas acções e a produção de sentido de acordo com as suas próprias acções e experiências construindo, assim, dialecticamente, a realidade da vida de todos os dias” (Magalhães, 2010:

66). Reorganizando esta dialética poderemos identificar que entendemos, neste trabalho, os jovens enquanto sujeitos de interação - como jovens com e entre outros jovens. Esta noção serve, entre outros aspetos, para assinalar a importância dos contextos sociais de interação quotidiana dos jovens (a escola e o fórum Vizela como espaços do quotidiano ordinário, e mesmo o bar, eventualmente como extraordinário, mas todos eles enquanto contextos de sociabilidade e lazer), nos quais interagem com outros agentes sociais (grupos de pares, amigos, professores, funcionários) que têm implicação direta na construção do seu sentido relativo ao mundo social. Porque se compreende a importância que os grupos de pares com os quais os jovens desenvolvem, no seu espaço de vida quotidiana, constantes interações, procurou-se com este trabalho identificar de que forma o vestuário poderia funcionar como objeto/instrumento, estudado ao nível de fenómenos de inclusão/exclusão grupal. Assumimos também a posição de que nos grupos de pares se desenvolvem verdadeiras aprendizagens, porque funcionam como espaços privilegiados de interação entre os jovens, substrato real de construção de experiências socializadoras de perceção e interpretação do mundo - “(...) é nas relações face-a-face, na experiência comum e directa do mundo, que o mundo intersubjectivo (comummente apreendido e partilhado) é construído, assumindo o seu carácter concreto e evidente” (Magalhães, 2010: 65).

O mundo da vida quotidiana é um mundo dotado de sentido: um sentido que é subjetivo (porque construído pelo sujeito na (e em) relação com os outros de forma a atribuir sentido aos seus atos) e objetivo (porque construído pelo sujeito na (e em) interação com os outros de forma a dotar de sentido os atos dos outros) (*idem, ibidem*); partilhamos uma realidade com outros indivíduos, a realidade de um mundo de vida ao qual atribuímos um sentido que não se desloca dessas interações que com os outros realizamos, aqueles que, de forma direta ou indireta, conosco partilham essa realidade (Magalhães, 2010): “conhecemos as perspectivas dos outros e os seus horizontes de familiaridade e estranheza; sabemos que pertencem ao nosso mundo da vida e que eles sabem que pertencemos ao mundo da vida deles” (Shutz in Luckmann: 136-137; in Magalhães, 2010: 66).

A reflexão relativa ao sentido atribuído ao mundo da vida quotidiana surge, assim, como propriedade explicativa e identificativa desse possível sentido atribuído aos objetos - no caso particular o vestuário - buscando compreender como enformam as práticas quotidianas dos sujeitos sociais - os jovens. Nos seus espaços quotidianos de interação (a escola, o fórum ou o bar) os jovens acabam por desenvolver códigos de leitura, de conduta, construindo preposições enquadradoras da realidade social circundante com outros - os iguais (nós), ou os diferentes (eles) - aprendendo a equacionar e interpretar as situações compósitas da realidade.

Assumimos a premissa de que o vestuário não se desvincula desta construção de sentido e que no grupo se (re)formulam gostos, práticas de uso e códigos de categorização que se realizam nessa dialética do eu em relação aos outros, (o que não se afigura como paradoxo ao avançado acima, aquando da identificação teórica de Bourdieu - lembremos a plasticidade intrínseca ao *habitus* possibilitando a introdução do *novo*). Enquanto seres sociais estamos inseridos em grupos nos quais desenvolvemos códigos de categorização que se afirmam e definem na diferença do eu percebido por relação ao outro interpretado - “(...) uns e outros partilham um mundo comum [o que possibilita], portanto, o estabelecimento de relações de reciprocidade entre sujeitos e de partilha empática de sentimentos e de experiências. Uns e outros funcionam, reciprocamente, como espelhos uns dos outros, nos quais podem ver reflectidos os modos de constituição das suas experiências”(Schutz; in Magalhães 2010: 68).

Estas categorizações, ou modos de apreensão, funcionam como o processo através do qual os sujeitos desenvolvem o seu entendimento sobre o mundo (*idem, ibidem*); um entendimento que “(...) é sempre um conhecimento da *tipicidade*¹⁶ dos seus objectos e eventos” (Shutz in Luckmann: 268-269; in Magalhães, 2010: 69). As tipificações não são mais do que padrões cujo sentido é reconhecido pelos indivíduos e que funcionam como orientadoras dos mesmos nas mais diversas atividades da vida quotidiana (Magalhães, 2010). São, portanto, estas tipificações que, cristalizadas, nos permitem traçar modos de atuação, nossos e dos outros, possibilitando o desenvolvimento do sistema assente nos conceitos de *habituação, legitimação, institucionalização* - processo através do qual se edifica a *construção social da realidade* (Berger e Luckmann, 2004). Por outras palavras, é no decorrer das interações que realizamos no dia a dia, imbuídas de significação, que são construídos modos de fazer e esquemas de classificação dos outros e de nós mesmos aos quais nos vamos ajustando reciprocamente, possibilitando a construção da realidade social que nos rodeia, enquanto sujeitos entre outros sujeitos (*idem, ibidem*).

Se “toda a actividade humana está sujeita a habituação” (Berger e Luckmann, 2004: 64), qualquer ação repetida com frequência acaba por moldar um padrão permitindo, deste modo, que a mesma possa ser reproduzida, no futuro, pelo próprio indivíduo isoladamente, na interação com outros ou, ainda, em situações que envolvam novos indivíduos. Por outro lado, a partir do momento em que o indivíduo habitua a sua ação, pode, *a posteriori*, passar a realiza-la sem que esteja, frequentemente, a pensar em todos os passos necessários para que a mesma se torne possível (*idem, ibidem*). Como exemplo, quando iniciamos a condução é

¹⁶ Itálico da autora

frequente que mentalmente estejamos continuamente a pensar, sequencialmente, nas ações necessárias, e ritualizadas, para que o nosso automóvel siga a sua marcha sem problemas. Elaboramos, nestes momentos iniciais da prática da condução, padrões sequenciais repetitivos que nos ajudam a desenvolver a ação de forma correta. A partir do momento que tornamos rotina a nossa atividade de condução deixamos de pensar em todos os gestos que ela implica, realizamo-la, portanto, em *economia de esforço* (Berger e Luckmann, 2004).

Como esclarecem Berger e Luckmann, a habituação transporta consigo um enorme ganho psicológico para o indivíduo. As atividades passam a ser feitas de um dado modo, tornam-se rotina, os sujeitos procedem e desenvolvem as suas ações de uma dada maneira porque é “normal” porque é “assim que tem que ser”. A ação torna-se um modo de fazer padronizado reconhecido por todos os indivíduos dum determinado tempo e espaço (*idem, ibidem*). Na verdade, a palavra “reconhecido” é a chave de todo este processo. A parte mais importante da habituação da atividade humana prende-se com o reconhecimento por parte dos indivíduos de significados à ação do(s) outro(os) numa dada situação. Por outras palavras, quando o indivíduo atribui significados a uma dada ação ela é tipificada, classificada, passando a ser assumida como elemento de um dado papel social (Berger e Luckmann, 2004).

Na base de todo este processo está uma faculdade intrinsecamente humana - a linguagem - ferramenta fundamental na transmissão de ideias entre os elementos constituintes da realidade social, processo vital no desenvolvimento das sociedades (Minayo e Sanches, 1993) e, portanto, ponte de significação e conteúdo para compreendermos o mundo que nos rodeia (Magalhães, 2010).

A linguagem objetiva o invisível, tornando as palavras ações e as ações palavras, através dela aprendemos a comunicar um mundo que se desenvolve em sinais, que codificamos, tipificamos, reconhecendo-nos entre os outros e os outros reconhecendo-nos como parte do seu mundo de vida. A linguagem funciona como matriz principal de um código de sinais que não se esgota na língua. De facto, sabemos que comunicamos de muitas outras formas, de entre as quais através dos objetos que atribuem, também eles, sentido ao universo quotidiano que nos rodeia. Foi na base desta noção que esta dissertação também se realizou - compreendermos que tudo o que nos rodeia comunica, não apenas por palavras mas, por imagens, por padrões de comportamento, por ações tornadas hábito que são reconhecedoras e reconhecidas. No trabalho que desenvolvemos interessou-nos dar conta desta linguagem - uma linguagem que não é tanto verbalizada mas, corporizada. A linguagem do corpo, que se veste, se adorna, que “(...) incorpora realmente significados que, contextualizados, traduzem

sentido(s) apreendido(s) com propriedade no respectivo *mundo da vida quotidiana*¹⁷ onde emerge” (Magalhães, 2010: 71).

Falar em interações e contextos de interação implica, necessariamente, falar em Goffman. Este autor desenvolve uma abordagem da vida social centrada na análise do modo como “(...) «o indivíduo se apresenta a si próprio e à sua atividade perante os outros, [d]as diferentes coisas que poderá fazer ou não fazer enquanto desempenha perante os outros o seu papel»” (Goffman, 1993: 9; in Magalhães, 2010: 83). A teorização goffmaniana remete-nos para a noção de que o sujeito, enquanto ator social, constrói uma dada imagem que pretende comunicar aos outros, uma imagem com significado que os indivíduos aprendem a reconhecer mediante um conjunto de códigos socialmente aceites como símbolos. Através dos conceitos *regiões de fachada* e *regiões de bastidores*, o autor pretende dar conta das várias estratégias desenvolvidas pelos sujeitos no sentido de passarem para os outros uma “adequada” imagem de si. No fundo, poderíamos perspetivar o mundo social, onde os indivíduos se interrelacionam, como um palco onde se desenvolve uma peça teatralizada. Tal como acontece no teatro também o mundo social disponibiliza áreas, ou espaços, nos quais o indivíduo se encontra à-vontade e nas quais, inclusivamente, procura estudar e aperfeiçoar os próximos desempenhos.

Com *A apresentação do eu na vida de todos os dias* Goffman pretende contribuir para um conhecimento mais profundo sobre as questões envolventes e intrínsecas das situações de interação quotidiana. O trabalho teórico desenvolvido por este autor apresenta-se como uma obra na qual são expostas as mais íntimas relações que desenvolvemos com o nosso corpo, na perspetiva da comunicação inscrita em interação social - comunicação esta que nem sempre assenta na expressão verbal. Como escreve este autor, mais do que relações espontâneas as relações quotidianas dos sujeitos, expressas em desempenhos sociais, são padrões de comportamento, calculados, ensaiados, que aprendemos a realizar com outros e para os outros; as relações sociais de interação permitem, na sua mais pura concetualização, esse desenrolar de gestos, palavras e ações especificamente planeados e treinados para o desempenho que dado ator se encontra, no momento da interação, a desempenhar (Goffman, 1993).

O seguinte trecho da sua obra de referência permite, na nossa opinião, sintetizar o objeto e objetivo do trabalho que desenvolveu sobre as relações interpessoais: “quando um indivíduo surge na presença de outros, estes habitualmente procuram obter informações sobre

¹⁷ Itálico da autora

ele ou recorrer a informações que já possuam a seu respeito. Interessar-se-ão pelo seu estatuto socioeconómico global, pelo que o indivíduo pensa de si próprio, pela sua atitude para com eles, pela sua competência, pelo grau de confiança que merece, etc. Embora parte desta informação pareça ser procurada por si mesma, geralmente existem razões bastante práticas justificando a sua aquisição. As informações sobre o indivíduo ajudam a definir a sua situação, permitindo aos outros saberem de antemão o que espera o indivíduo deles e o que poderão eles esperar do indivíduo” (Goffman, 1993: 11).

Uma das primeiras noções desta teoria encerra no facto de que, em qualquer situação de interação, os indivíduos procuram informação relativa aquele que se encontra, de momento, na sua presença - serão identificados aspetos que permitam deslindar acerca do estatuto socioeconómico do ator, da sua competência, entre outras (Goffman, 1993). As situações de interação disponibilizam um conjunto de componentes que permitem aos indivíduos ter acesso a vastas informações sobre o(s) outro(s) (*idem, ibidem*) - “os observadores poderão obter, a partir do seu comportamento e aparência, pistas que lhes permitam aplicar o conhecimento e experiência que já possuem de indivíduos mais ou menos semelhantes ao que se encontra agora à sua frente ou, o que é ainda mais importante, aplicar à pessoa deste último estereótipos ainda não verificados” (Goffamn, 1993: 11). Estas informações servirão o propósito de apetrechar os observadores de um conjunto de informações pertinentes sobre o ator que se encontra em presença, no sentido de melhor adequarem os seus comportamentos e ações para com ele (*idem, ibidem*). Ora, partimos para este trabalho com a convicção de que o vestuário, enquanto instrumento ao serviço da composição estilística dos visuais, possibilita essa leitura social, permite a identificação e a relação do sujeito a um ser e estar no mundo que os outros, mediante as possibilidades inerentes aos seus códigos e disposições, aprendem a interpretar e categorizar. Neste mundo de relações sociais codificamos e somos codificados pelos outros que se encontram na nossa presença. Assim, entendemos o vestuário como instrumento de manipulação no sentido da transmissão de mensagens em contextos sociais de interação, funcionando como suporte das práticas objetivas de *apresentação do eu*. Isto porque consideramos que através do vestuário que usamos tentamos passar uma imagem, à qual atribuímos uma simbologia, sabendo que essa mesma simbólica é apreendida pelos outros. Como sugere Umberto Eco: “quem se interessou alguma vez pelos actuais problemas da semiologia já não pode continuar a fazer o nó da gravata (...), sem ficar com a clara sensação de que está a fazer uma opção ideológica: ou, pelo menos, de lançar uma mensagem, uma carta aberta aos transeuntes, e a todos os que se cruzarem com ele durante o dia” (Eco, 1975: 7).

Quer o saibamos ou não, o vestuário funciona como um código de leitura que permite aos outros, de uma forma direta e rápida, perspetivar possíveis comportamentos em relação a nós, em função de determinadas leituras pré-codificadas entretanto interiorizadas. A importância deste instrumento ao serviço da imagem e apresentação pessoal é de tal forma significativa que o tentamos adequar em função dos locais que frequentamos, em função da profissão que desempenhamos, em função da forma como esperamos que os outros nos vejam. O vestuário apresenta-se, como o próprio Goffman disse dá conta, como um elemento compósito da fachada pessoal - um instrumento ao serviço do indivíduo na composição do seu *eu social* (Goffman, 1993). Junto com outras características como o sexo, a idade, a raça, dimensões físicas, a atitude, a maneira de falar, etc., compõe os “adereços” necessários ao desempenho correto de determinado papel social (*idem, ibidem*).

De forma a contextualizar, espacialmente, os comportamentos do indivíduo em situação de interação Goffman desenvolve os conceitos de *região de fachada* e *região de bastidores*.

Uma primeira noção que importa identificar tem que ver, desde logo, com a própria definição de região. Assim, podemos entender este conceito como “todo o lugar de algum modo limitado por barreiras à percepção” (Goffman, 1993: 129). Estas barreiras podem variar em função da comunicação que visam delimitar e também em função do grau de limitação que implicam - nalguns casos, o desempenho realizar-se-á desenvolvendo-se apenas numa perspetiva unívoca, ou seja, existe um único foco de atenção visual por parte do indivíduo e da plateia (por exemplo, em situação de sala de aula, a relação professor-aluno) (Goffman, 1993). Noutros casos, contrariamente, os desempenhos implicam, “como partes integrantes, núcleos ou agregados separados de interação verbal” (*idem, ibidem*: 130).

Goffman entende a *região de fachada* como “o lugar onde o desempenho é realizado” (Goffman, 1993: 130). O ponto de vista do autor é o de que certos desempenhos parecem ser realizados não em função de uma audiência concreta mas em função da *região de fachada*. O comportamento dos indivíduos numa *região de fachada* poderá dividir-se em dois grupos: 1º - relativo à forma como os atores se relacionam com a audiência - falamos de gestos, palavras, expressões; 2º - relativo à forma como os atores se comportam na presença de outros, ainda que estes não sejam o foco central da interação (Goffman, 1993). Reconhece-se a este nível que mais do que audiências tratam-se de lugares delimitados que implicam comportamentos diferenciados. É certo que os públicos serão distintos mas é mais do que isso - a questão fundamental centra-se na necessidade de adequar os comportamentos em função dos estereótipos criados relativos ao local da interação (*idem, ibidem*). Assim se poderá admitir que na passagem da escola para o bar/pub os comportamentos dos jovens sejam diferenciados,

não só porque o público é diferente, mas porque são também diferentes os comportamentos tidos como socialmente aceitáveis em cada espaço social. Trata-se, sintetizando, ao nível da *região de fachada*, da capacidade do ator em manter as aparências de acordo com os estereótipos associados ao papel que desempenha e aos padrões de comportamento socialmente aceitáveis em cada espaço social de interação (Goffman, 1993) - “quando a actividade de um indivíduo se verifica na presença de outros, alguns aspectos dessa actividade serão expressivamente acentuados, ao passo que outros aspectos, susceptíveis de comprometer a interacção visada, serão suprimidos” (Goffman, 1993: 135).

Por contraponto à *região de fachada* surge o conceito de *região de bastidores* ou de *traseiras* - definida como “um lugar, ligado a certo desempenho, onde as impressões visadas por esse mesmo desempenho são contrariadas conscientemente com toda a naturalidade” (Goffman, 1993: 135). Ora, como esclarece Goffman, as *regiões de bastidores* são muito importantes pelas funções que desempenham. É nestas regiões que o ator prepara a sua “entrada em cena”, é aqui que as impressões e ilusões cénicas - importantes para a atuação em público - são construídas e aperfeiçoadas a cada ato, é aqui que os acessórios e expressões de cena podem ser guardados, é também aqui que o papel se desenraíza e se desmonta porque é aqui que o sujeito se permite um maior grau de liberdade cénica (Goffman, 1993). Por estas razões é natural que esta zona se encontre vedada aos espetadores (*idem, ibidem*).

Goffmann explica que ainda que se verifique a tendência de identificar dadas regiões como *regiões de fachada* ou *bastidores* poderá ocorrer que, em certos momentos, essas mesmas regiões funcionem, para um determinado desempenho, como *regiões de fachada* e noutras alturas, num desempenho distinto, como *bastidores* - “(...) e, evidentemente, uma região solidamente estabelecida como região de fachada graças ao desempenho regular de uma actuação de rotina, será muitas vezes transformada em região de bastidores, antes e depois de cada desempenho, quando os acessórios têm que ser reparados, limpos ou organizados, ou quando os actores provam as suas roupas” (Goffman, 1993: 153).

A linguagem tem um papel fundamental em todo este processo e difere consoante as regiões - nas *regiões de fachada* tende a dar-se lugar a uma comunicação de tipo mais formal. Por outro lado, na linguagem de *bastidores* verifica-se uma maior liberdade de expressão - o tratamento pelo primeiro nome, a possibilidade de fumar, etc. (*idem, ibidem*). Não obstante, Goffman alerta que não podemos ficar “à espera de que as situações concretas nos proporcionem exemplos puros de comportamento informal ou formal, embora habitualmente a definição da situação tenda a orientar-se de acordo com uma ou outra das duas direcções” (Goffman, 1993: 155).

Um último apontamento relativo ao contributo deste autor que aqui nos importa desenvolver remete para a identificação de possíveis dificuldades, por parte dos indivíduos, na sua tarefa de manutenção das aparências, ou manutenção das impressões. O contorno desta situação poderá ser conseguido através da segregação das audiências - trata-se de garantir que os indivíduos que assistem a um desempenho do ator não são os mesmos que assistem a um outro papel ou desempenho por ele realizado (Goffman, 1993). Por outro lado, se é verdade que o ator deverá excluir do seu desempenho o público que assistiu a um outro desempenho seu, e que se afigura como incompatível com o papel ou desempenho que no momento realiza, também será verdade que deverá garantir que os indivíduos que, no passado, assistiram a um desempenho seu que contradiz o atual, devem ser excluídos (*idem, ibidem*); assim, “o indivíduo poderá não só manter as suas audiências separadas umas das outras (mostrando-se-lhes em diferentes regiões de fachada ou, sucessivamente, na mesma região), mas permitir-se ainda o intervalo de alguns momentos entre os desempenhos, de modo a poder desfazer-se psicológica e fisicamente de uma fachada pessoal e assumir outra” (Goffman, 1993: 165). Como explica Goffman, quando o indivíduo não consegue manter as diferentes audiências separadas - relativas a cada um dos seus diferentes desempenhos - e um público dito “estranho” tem acesso a um desempenho que não foi concebido para ele poderão surgir problemas que se prendem com o administrar das impressões (*idem, ibidem*).

Sobre as relações inerentes às práticas sociais de interação nos contextos de *região de fachada* e de *bastidores* encontramos contributos teóricos em João Teixeira Lopes.

Segundo este autor, na charneira do pensamento de Guiddens, identificar as *regiões de fachada* e de *bastidores* como áreas mutuamente exclusivas apresenta-se sob uma perspetiva reducionista (Lopes, 1995). Lopes argumenta que, através da técnica de observação direta, lhe foi possível identificar ao nível das escolas, a existência de comportamentos que se realizam tanto nas *regiões de fachada* como nas *regiões de bastidores*, dos quais ler, ouvir música, namorar são alguns exemplos (*idem, ibidem*). O autor salienta que, no espaço da escola, as regiões definidas por Goffman, nos moldes em que as apresenta, “(...) não funcionam como barreiras fixas à percepção e à comunicação entre os actores” (Lopes, 1995: 124).

João Teixeira Lopes escreve que no contexto escolar as regiões entendidas como *fachada* poderão ser aquelas onde a relação entre professores-alunos e entre alunos, o controlo sob uns e outros é mais forte. Estes espaços serão as salas de aula, os corredores e átrios, o bar e a sala de convívio dos alunos, assim como as áreas mais amplas e expostas ao ar livre (Lopes, 1995). Por outro lado, como *regiões de retaguarda*, podemos identificar os recantos presentes nos espaços ao ar livre, as áreas descontraídas dos caminhos que, habitualmente,

professores e funcionários percorrem, as esquinas que os pavilhões realizam e, em geral, as áreas mais afastadas da entrada e da escadaria centrais (*idem, ibidem*).

De forma a esclarecer a sua argumentação teórica o autor introduz um exemplo: a prática de namoro na escola. Namorar numa *região de fronteira* será significativamente distinto de fazê-lo numa área de *bastidores*. Efetivamente, Teixeira Lopes chama a atenção para o facto de que nas *regiões de fronteira* os comportamentos são mais contidos, porque se realizam na presença de uma vasta audiência (Lopes, 1995). Já nas *regiões de retaguarda* as práticas de namoro revelam-se mais ousadas assistindo-se, mesmo, por vezes, à simulação do ato sexual (*idem, ibidem*). Não obstante, esclarece este autor, isto não significa que nas *regiões de fronteira* não se assista, também, a comportamentos desinibidos porque se relacionam com uma questão mais ampla, e até à primeira vista impercetível, - a imagem que cada um procura fazer passar para os outros (Lopes, 1995).

João Teixeira Lopes, com base nos dados que lhe foi possível recolher sobre jovens em situações de copresença, identifica a “(...) criação efémera de micro *regiões de retaguarda* dentro das *regiões frontais*”¹⁸ (Lopes, 1995: 128). Como exemplo, refere a situação verificada aquando da aplicação do inquérito - à medida que os jovens iam acabando de preencher o questionário, viravam-se para trás, uns para os outros, falando entre si (*idem, ibidem*).

Pela nossa parte, não se tratava de identificar comportamentos presentes em cada um dos compartimentos constituintes dos espaços de atuação social nos quais os jovens se movimentam, mas proceder a essa identificação, possivelmente divergente, de uso e manipulação do vestuário e da imagem em função do contexto de interação que é a escola/local de trabalho - entendendo estes espaços como constituintes dos quotidianos ordinários dos jovens nos quais desempenham o papel social de aluno/profissional - e o bar/pub - entendendo-o como espaço de lazer e sociabilidade de domínio mais eletivo e flexível. Partíamos do pressuposto de que as dinâmicas sociais de interação desenvolvem-se no seio de espaços sociais específicos nos quais os jovens se interrelacionam, assumindo um conjunto de papéis sociais articulados, na construção dos quais o vestuário se apresenta como instrumento fundamental. Por outro lado, estávamos em crer que os usos e apropriações, as maneiras de ser, estar e usar as componentes de um dado mundo social (nas quais o vestuário se insere) se apresentam como manifestações objetivas, imediatamente perçíveis, por parte daqueles que partilham, ou não, um mesmo universo de possibilidades estilísticas.

¹⁸ Itálico do autor

Em suma, o desenvolvimento teórico que nestas páginas se regista assenta nessa questão fundamental que assumimos como premissa base na presente dissertação: quer o saibamos ou não, o vestuário funciona como um código de leitura que permite aos outros, de uma forma direta e rápida, perspetivar possíveis comportamentos em relação a nós, em função de determinadas leituras pré-codificadas entretanto interiorizadas nesses espaços sociais de interação quotidiana.

Capítulo II - Notas sobre a concetualização de entidades de sentido: os jovens e a(s) sua(s) juventude(s); o corpo como imagem; o vestuário como simbologia social

“Mas a vida em sociedade (e portanto a vida da «cultura») compõem-se por um lado de actos de comunicação, de entidades gestuais ou sonoras que «dizem que», e por outro de coisas que «funcionam» isto é, que «servem para». O homem primitivo começa a fundar uma sociedade quando aprende a exprimir-se através de sons e gestos, mas por outro lado funda a sociedade e a cultura também no momento em que inventa um instrumento, descobre a gruta, vibra a sua primeira amígdala”.

Eco, 1975: 13

2.1 - Considerações iniciais - a construção de um objeto de estudo

Como foi referido na introdução, este trabalho desenvolveu-se em torno de um público específico que são os jovens.

Porquê a escolha deste público? Primeiro pela necessidade própria de compreender, de uma forma mais profunda, as dinâmicas dos jovens, do *ser* jovem. Claro que, como bem sabemos, os jovens tomados como unidade de análise seria um trabalho complexo que muito dificilmente conseguiríamos desenvolver. Não possuímos recursos, a todos os níveis, para tal. Neste sentido, tomaram-se os jovens como público-alvo, estudado não como realidade concreta a conhecer nas suas diferentes vertentes mas, antes, sob a perspetiva de um aspeto em particular - o vestuário.

Entendemos, portanto, este desenvolvimento teórico sobre as práticas de consumo juvenis como mais um paço na análise e problematização da juventude. Claro que é um contributo espacializado dado que o universo de estudo se reduziu a alguns jovens Vizelenses que frequentam a escola, o fórum e o bar, mas os processos sociais, sabemo-lo, são eles próprios espacializados. A realidade que a sociologia estuda é de tal forma complexa, que não pode ser multiplicada. Note-se que apesar das características inerentes aos fenómenos e problemáticas sociais haverá sempre pontos de discórdia, pequenas particularidades que não se desvinculam desse processo particular de ser e estar no mundo, porque em função das nossas vivências, dos contextos sociais em que nos movemos e existimos, em função da nossa trajetória e, mesmo, em função da nossa idade, ou das pessoas que cruzam o nosso caminho, a história que registamos no percurso que fazemos será diferenciada e irrepetível, porque única.

Não obstante, não poderíamos desenvolver um estudo sobre os jovens - ainda que espacializado e assente num único ponto de análise - sem procurar “compreender” aspetos fundamentais sobre as vivências dos jovens e é precisamente esse trabalho de

desenvolvimento relativo às considerações fundamentais de ser jovem que procuramos, nas páginas seguintes, realizar.

Luísa Schmidt escrevia à data de 1985: “os «jovens» e as suas «juventudes» são hoje em dia uma das mais desconcertantes categorias sociais do senso comum. Simultaneamente «interiores» e «exteriores» à sociedade, eles são lugar de tantas ambiguidades e diversidade, que a demarcação etária requer um trabalho complementar de análise dos conteúdos culturais dos jovens que demarca” (Schmidt, 1985: 1053). Como compreender, hoje, os jovens numa sociedade que se encontra em permanente mudança tendo em conta a diversidade e, mesmo, as ambiguidades de que falava Luísa Schmidt, quase há três décadas atrás?

Das leituras que realizámos sobre este público uma ideia central parece surgir. Os jovens não podem ser entendidos como “unidade” de leitura - se é certo que poderemos descrever os jovens como um conjunto de indivíduos que se encontram numa mesma fase da vida, também será certo que a experiência da juventude será diferenciada entre os jovens. Ser jovem significará o mesmo para um membro da classe operária e para um membro da classe burguesa? Significará o mesmo ser-se jovem trabalhador ou jovem estudante? Com grande probabilidade de fiabilidade poderemos responder negativamente a estas perguntas, já que a vivência da juventude será diferenciada porque estes jovens se movimentam em contextos sociais distintos que dia a dia (re)afirmam práticas e disposições sociais.

Estas considerações não aparecem neste trabalho ao acaso. Na verdade, pretende-se dar conta de que é esta a noção que compartilhamos: os jovens não podem ser entendidos como uma “unidade”, como um todo, mas como partes de um todo. Partes, essas, que são diferenciadas, porque diferenciados são os contextos sociais nos quais os indivíduos vivem e se movimentam. Por outras palavras, entendemos os jovens como sujeitos distintos - nas suas práticas e representações -, porque diferentes são os recursos que mobilizam na perceção do mundo que os rodeia. Foi esta noção de diversidade, de união na diferença, que norteou todo o trabalho de investigação.

Contudo, se é certo que não podemos identificar a juventude enquanto um conjunto de indivíduos que, unanimemente, partilham valores, representações sociais, gostos, tal não significa, na perspectiva de Idalina Conde, que não seja possível concetualizar sobre uma identidade juvenil (Conde, 1990). Não obstante, e como explica a autora, esta identidade juvenil necessariamente deverá ser entendida numa perspectiva relacional - no âmbito da pluralidade de situações que os jovens estabelecem com os meios sociais nos quais se desenvolvem, assim como com os membros de outras gerações, com os quais imperativamente se relacionam (*idem, ibidem*). Neste sentido, a identidade juvenil “não

poderá significar unidade, mas deve constituir um conceito que recobre uma manifesta *convergência*¹⁹ dos jovens, polarizada em torno das dimensões e domínios que consideram nucleares na sua vida” (Conde, 1990: 676). Esta autora salvaguarda que não se pretende conceber a juventude numa perspetiva hegemónica - dado que são, inclusivamente, conhecidas as divergências significativas dos diversos grupos juvenis. Trata-se, portanto, de apresentar as *expressões identitárias* (Conde, 1990) - os “domínios nos quais existe uma generalizada adesão dos jovens” (Conde, 1990: 676).

O trabalho que desenvolvemos no âmbito desta dissertação de mestrado procurou também, de certa forma, identificar se o vestuário adquire significância expressiva no quotidiano juvenil e se, eventualmente, poderemos considerar a apresentação do *eu*, ou a imagem pessoal, para a qual o vestuário claramente contribui, como uma dessas características da juventude, sem esquecer essa noção fundamental de diversidade que advém de diferentes apropriações do mundo social, porque os jovens vivem e movimentam-se em contextos diferenciados de ação que lhes possibilitam construções e perceções do mundo social significativamente distintas; aspeto que aliás temos vindo a reforçar.

Esclareça-se que identidade e juventude são conceitos que não se sobrepõem nem recobrem (Conde, 1990). De facto, Conde identifica que “por juventude tem-se entendido o processo e a condição social de transição que decorre entre o final da adolescência e o acesso à condição adulta, adquirida com a autonomização em relação à família de origem, nomeadamente pela entrada na vida activa e conjugal” (*idem, ibidem*: 676). A identidade, por outro lado, como nota a autora, não se pode cingir a estas limitações, na medida em que poderão permanecer, mesmo depois do limite cronológico socialmente identificado para a juventude, valores e modos de vida juvenis (Conde, 1990); então, “a construção da identidade social faz-se necessariamente num contexto relacional onde as propriedades dos grupos e as respectivas auto-imagens resultam de um processo de interação e de recíprocas comparações e categorizações sociais” (Conde, 1990: 681). Como refere Pierre Bourdieu “cada condição é definida, inseparavelmente, pelas suas propriedades intrínsecas e pelas propriedades relacionais que deve à sua posição no sistema de condições, que é também um sistema de diferenças, de posições diferenciais, quer dizer, por tudo o que a distingue do que ela não é e, em particular, de tudo o que a ela se opõe: a identidade define-se e afirma-se na diferença” (Bourdieu, 1979: 191; in Conde, 1990: 681).

¹⁹ Itálico da autora

Questão relacionada com o que acima identificámos são os resultados aos quais Idalina Conde, no estudo sobre a identidade nacional e social dos jovens, chegava à data de 1990.

No seu estudo a autora conclui que os próprios jovens reconhecem as singularidades que se perpetuam por via de posições diferentes no espaço social, para utilizar a linguagem de Bourdieu. A verdade é que não prevalece uma visão unitária - os jovens identificam diferenças significativas, desde logo, económicas, sociais e culturais. Sobre as diferenças ao nível da forma como encaram a vida - os valores, interesses, expectativas e projetos, estilos e estratégias de ação - Conde argumenta que refletem o sistema de disposições incorporadas, decorrentes da posição ocupada pelos indivíduos no espaço social - relembre-se que “(...) é na *maneira*²⁰ e só nela que se encontra a verdade social das disposições, quer dizer, o verdadeiro princípio da compreensão e da previsão das práticas” (Bourdieu, 1979: 70; in Conde, 1990: 682-683).

Claro que se pode argumentar que desde esta data muitas foram as transformações operadas na realidade social portuguesa. Será, porventura, também certo que alguns aspetos não se terão alterado de forma tão significativa, porque entendemos que as mudanças de mentalidade/percepção não se constroem ou edificam de forma tão facilitada, sendo para isso necessário fortes alterações de base ou de estrutura. Por outro lado, a introdução do referido exemplo, serve o único propósito de dar conta das propriedades distintivas de apropriação da realidade social, que os próprios jovens aprendem a realizar.

Ainda segundo esta autora, os polos de convergência, aqueles que conferem uma efetiva identidade juvenil, encontram-se nos consumos e conceções culturais, na esfera dos gostos. Sobre esta questão a autora utiliza um conceito de José Madureira Pinto, inspirado nos trabalhos de Bourdieu, - o conceito de *inter-habitus* com o principal objetivo de dar conta da “ (...) generalizada isoformia dos gostos e práticas culturais dos jovens (...)” (Conde, 1990: 683). Conde lembra ainda que “é pois em função dos respectivos pontos de intersecção e divergência que se detectam os tipos de experiência social dos indivíduos, a natureza e grau do seu enraizamento grupal, a construção de expectativas e as disposições para a mobilidade. Nesta perspectiva analítica, a identidade aparece tomada enquanto processo, um processo forjado no seio dos contextos soci[o]estruturais e interações quotidianas nas quais os jovens elaboram as suas categorias de inclusão/exclusão. Trata-se de categorias que definem e integram o grupo de pares *no espaço de «nós»*, distinguindo-o e confrontando-o com o *espaço dos «outros*²¹” (*idem, ibidem*: 688).

²⁰ Itálico do autor

²¹ Itálico da autora

Estas considerações, desde logo, interconetam-se com a própria teorização utilizada para o desenvolvimento deste projeto. A prática só existe na e pela diferença, esclarece Bourdieu, mas esta diferença só se poderá efetivar no seio de interações que dia a dia se estabelecem com outros, nos espaços sociais nos quais os jovens se movimentam. A escola aparece, portanto, como um dos espaços de excelência, palco de interações diversas e diversificadas; aqui os jovens constroem novos universos de significação que se edificam nessa diferente pertença grupal - nós por relação aos outros. Por outro lado, na esfera do lazer, o bar/pub poderá também ser concetualizado como um importante espaço de interação social juvenil, porventura onde se jogam apresentações do eu diferenciado, porque mais liberalizadas, mas sob a mesma égide da diferenciação. Nestes quotidianos de interação os amigos adquirem importante significância afirmando-se como traves mestras, apoio na construção e crescente apropriação dos jovens com os espaços sociais que os rodeiam (Lopes, 1995; Dias e Lopes, 1996)

Com efeito, um aspeto fundamental da juventude que nos leva a identificá-lo como uma das principais características da identidade juvenil, é o grupo de amigos - no estudo de Idalina Conde, 83,1% dos jovens consideravam como uma das variáveis mais importantes a relação com o grupo de amigos; Isabel dias e João Teixeira Lopes chegam a conclusões similares - os resultados do estudo sobre representações estudantis da família e dos amigos apontavam para uma percentagem de cerca de 90% de jovens a afirmar passarem grande parte dos seus tempos livres na companhia dos amigos (Dias e Lopes, 1996).

Identificámos a importância de tomar a juventude como uma realidade, em si, diferenciada, o que não invalida o facto de conceber a juventude enquanto um conjunto de indivíduos aos quais se poderá atribuir uma identidade juvenil - uma identidade concetualizada numa perspetiva relacional, tomando em consideração aqueles que são os contextos estruturais - sociais e culturais - nos quais os jovens se movimentam. Sabemos hoje que a vivência da juventude será diferenciada tendo em conta um conjunto de objetividades que não podemos ignorar. Como salienta João Teixeira Lopes - “apenas podemos falar da juventude sexo por sexo, etnia por etnia, classe social por classe social e tendo ainda em conta os cenários de interacção onde estas variáveis quotidianamente se actualizam. Assim, defendendo a superação de uma *dupla ilusão da homogeneidade*²², recusando quer uma visão unificadora da juventude no seu conjunto, quer ainda as pretensas sistematicidade e coerência das subculturas juvenis (...)” (Lopes, 1996b: 1-2).

²² Itálico do autor

Para este autor a juventude deve ser entendida como um “conjunto de indivíduos etariamente próximos, com uma consciência relativamente consistente de pertença a um dado grupo ou quase-grupo distinto dos restantes grupos e partilhando, mais por oposição do que por identificação, uma ‘série de referências sociais e culturais (informação, valores, interesses, problemas, projectos, etc.)’, referências essas que, em geral, se formam durante a juventude” (Lopes, 1996: 36; in Santos, 2007: 15). Considerando ainda Teixeira Lopes, registre-se que para este autor o conceito de *condição juvenil* permite constatar que “(...) «a pluralidade de situações e a multiplicidade de descontinuidades e estatutos híbridos e provisórios» são características inerentes ao estatuto de condição social juvenil e que o meio social de proveniência, o estatuto social, a cultura política, a profissão podem distinguir e individualizar uma série de «gerações sociais» ou «subculturas juvenis»” (Lopes, 1996: 38; in Santos, 2007: 15). Na mesma linha teórica, João Sedas Nunes argumenta sobre a necessidade de ter em conta, na leitura a realizar sobre os jovens, a consideração de variáveis como género, *status* ou classe social (Nunes, 1998).

Percebemos, portanto, a necessidade de tomar os jovens como realidade, em si, distinta, a considerar sob diferentes pontos de análise e sempre tendo em conta variáveis estruturais de grande importância - a classe social, o género, assim como os espaços sociais do quotidiano nos quais nascem e se desenvolvem; na verdade, “ainda que a fase da vida rotulada como “adolescência” ou “juventude” seja estabelecida segundo critérios cronológicos e biológicos, ela deve ser conceptualizada em primeiro lugar como uma construção discursiva (Androutsopoulos e Georgakopoulou, 2003; Besley, 2005), social (Pais, 1993) e cultural (Lesko, 2003; Wyn e White, 1997), que denota o que é ser jovem em relação ao que é interpretado como ser criança ou adulto, em contextos históricos e culturais particulares (Fornäs, 1995)” (Coelho, 2009: 362-363).

Neste sentido, podemos, eventualmente, argumentar que o nosso trabalho poderá funcionar como mais um apontamento, uma pequena contribuição de sentido, no conhecimento relativo a esta etapa da vida que é a juventude. Por outro lado, foi também porque entendemos a necessidade de ter em conta que os jovens não crescem deslocados dos seus universos de vida e que imprimem sentido às apropriações e disposições com que interagem na realidade social, que incluímos na nossa análise a perspectiva de Bourdieu e o contributo de Goffman. Consideramos e entendemos que os processos de distinção não se realizam num vácuo da existência, ocorrem em contextos espaciais concretos, nos quais se desenvolvem complexas relações de interação que tornam visível o invisível, que projetam pertenças sociais e realidades distanciadas que os indivíduos aprendem a manipular, no

sentido de camuflar as propriedades intrínsecas do seu ser que menos que lhes interessa dar a conhecer. A conjugação destas duas correntes teóricas de análise nesta pesquisa ocorre porque as entendemos como ferramentas úteis ao serviço da explicação sociológica dos fenómenos sociais. Não partimos, portanto, da consideração da sua suposta oposição - estrutura *versus* ação social - mas da noção de que ambas, cada uma com suas estratégias e correntes de ação, funcionam como ferramentas complementares, no estudo da realidade social que, como bem o sabemos, é muito complexa e dinâmica.

2.2 - Contributos teóricos para concetualizar a juventude; a juventude em perspectiva

O conhecimento social sobre a juventude, ao nível das ciências sociais, tem sido ao longo dos anos constante, e até crescente, desde logo, porque esta se apresenta como uma realidade social complexa e de difícil equacionamento (Pappámikail, 2010). Estas crescentes interpretações e teorizações sobre os jovens têm-se desenvolvido em torno de orientações analíticas e pontos de problematização teórica diferenciados.

Como exemplo, na década de 80 autores como Cruz, Schmidt, Seruya, identificavam a juventude em torno da noção de *hiato social* (Santos, 2007). A juventude poderia, então, concetualizar-se como um período de espera - uma moratória - entre a infância e a adultez, estando associado a esta última etapa o marcador social de entrada na vida ativa. Nesta teorização a juventude é considerada “(...) uma situação intermédia, que medeia entre a capacidade social de emancipação e o seu efectivo exercício de carácter temporário e transitório, em que a combinação de aspectos característicos, quer da dependência infantil quer da maturidade em perspectiva, lhe conferem também uma natureza híbrida” (Cruz; Seruya; Reis e Shmidt, 1984: 285-286; in Santos, 2007: 14). Nesta corrente teórica os jovens são entendidos como adultos em futuro, considerada a juventude como um período de espera até à completa formação das faculdades físicas e sociais, socialmente construídas e aceites, que permitam aos indivíduos concretizar a adultez plena. Já na década de 90, a leitura sobre a juventude orienta-se para uma perspectiva de maior leitura sobre as práticas inscritas no quotidiano, com os estudos de Machado Pais a terem aqui grande importância (Santos, 2007).

Pais apresenta-se, sem dúvida, como um autor que defende uma sociologia de vivência quotidiana, uma sociologia que seja capaz de captar, na primeira pessoa, práticas sociais de existência e de interpretação da sociedade. Como o mesmo argumenta “(...) «a sociologia da vida quotidiana tem de ser fluente em pelo menos duas linguagens (...) a linguagem da sociologia [e] a linguagem dos próprios indivíduos que investiga»” (Pais, 1993: 14; in Santos

2007: 14). Mais, para Machado Pais a sociologia da vida quotidiana apresenta-se como uma sociologia tão especializada quanto as outras. Na verdade, defende que se se apresenta tarefa difícil “(...) isolar a vida quotidiana da realidade social de que faz parte, então é lógico admitir que a sociologia da vida quotidiana é, acima de tudo, *sociologia*²³, o mesmo se passando com todas as sociologias especializadas” (Pais, 1986: 8). A perspetiva sociológica que coloca a ênfase na vivência do quotidiano, na qual Pais se inscreve, tem contribuído de forma significativa para a compreensão das vivências, das experiências sociais e culturais dos jovens portugueses (Santos, 2007). A partir da estruturação das dinâmicas do quotidiano juvenil procuram-se identificar traços, características, perspetivas de vida e de relacionamento que enformam a(s) juventude(s). São traços de vida que se inscrevem no quotidiano, repetidamente escrevendo trajetórias plurais de significação. Mais do que uma mera entidade biológica ou etária os jovens são entendidos e encarados, também, como entidades sociais (*idem, ibidem*).

Por outro lado, poderemos também considerar que a juventude tem sido encarada, em termos sociológicos, numa dupla dinâmica de análise. Explicitemos: alguns estudos sobre a temática da juventude procuram focalizar a análise na construção sociológica do termo, na identificação concetual da juventude à luz de determinadas correntes sociológicas, através da própria teorização relativa à evolução do conceito em si (Cruz *et al.*, 1984; Pais, 1990a; Pappámikail, 2010); outros estudos procuram dar destaque às várias componentes que permeiam e preenchem as vivências dos jovens - por exemplo, procurando identificar e explicitar quais as relações que os jovens estabelecem com a política (Pais, 2005; Castro e Mattos, 2009), com a escola (Lopes, 1996b), com o corpo (Ferreira, 2004) e, até mesmo, colocando em destaque as idealizações/construções ideológicas que a própria sociedade, por exemplo através dos *media*, realiza sobre os jovens (Coelho, 2009). O objetivo será conseguir teorizar sobre essas diferentes formas segundo as quais os jovens se expressam procurando contribuir para um aprofundamento crescente relativo a esta fase da vida.

Contudo, apesar dos contributos da própria sociologia para uma nova visão sobre os jovens estes aparecem, em vários escritos, como uma categoria social que tem sido histórica e socialmente identificada sob uma perspetiva negativista, digamos, problemática (Pais, 1990a; 1993; Coelho 2009; Pappámikail, 2010). Vários sociólogos têm chamado a atenção para o facto de que, quando se escreve sobre a juventude, questões relacionadas com a dependência dos jovens face aos adultos, as dificuldades crescentes de transição ao trabalho (Pais, 1990a;

²³ Itálico do autor

1993; Coelho, 2009; Pappámikail, 2010), a relação, por vezes difícil, dos jovens com a escola (Lopes, 1996a; Pais, 2000; Tedesco, 2000), etc.. parecem ser as principais linhas de orientação. Ora, toda esta construção pessimista sobre a juventude que, arriscamos referir, não se terá completamente desvanecido nos dias correntes, acaba por contribuir para a perpetuação de conceitos aos quais, recorrentemente, se associam um conjunto de representações, inquestionáveis, concorrendo para o desenvolvimento de realidades rótulo (Pais, 2005).

Temos já ao longo deste trabalho colocado a ênfase nesse processo central de desenvolvimento dos processos sociais que é linguagem. Como refere Machado Pais “o conhecimento do mundo faz-se de palavras” (Pais, 2005: 53). As palavras dão sentido ao mundo e é através delas que apreendemos o significado das coisas e das pessoas. A questão é que, por vezes, confundimos o conceito com a realidade a que dá forma e expressão (Pais, 2005), contribuindo para a idealização e construção concetual de realidades estáticas e estagnadas - correndo o risco de, como exemplo, teorizar sobre a juventude como realidade “universal”, sem ter em conta as suas especificidades (Nunes, 1998) contribuindo para a criação de rótulos, para a rotulação da realidade social (Lopes, 1996b).

A juventude torna-se assim uma dessas categorias excessivamente explorada, até contraditória, frequentemente entendida numa perspetiva negativista, destacando-se os pontos de divergência entre o ser jovem e o ser adulto, como se na sociedade não existisse tempo e lugar para o crescimento pessoal e social, do qual a juventude, cremos, não se poderá deslocar. Neste entendimento teórico partilhamos da visão de Teixeira Lopes quando alerta para a sobrecarga simbólico-ideológica que o próprio conceito de juventude tem padecido - “haverá, nas sociedades ocidentais contemporâneas, algum “excitante” simbólico mais poderoso e aproveitado até à exaustão do que a imensa panóplia de símbolos, rituais e significados que esta categoria [a juventude] (esta *invenção*) suscita? A própria sociedade, no seu conjunto, torna-se adolescêntrica, como refere Anatrella no seu estudo sobre os *intermináveis adolescentes* criando um manancial inesgotável de rótulos e estereótipos que constroem as qualidades da juventude, doravante visível pelo alargamento da escolaridade, pelo retardar da “*entrada*” na vida adulta, pelos “*problemas sociais*”²⁴ a que se encontra associada e pela sua crescente importância na legitimação simbólica do poder político” (Lopes, 1996b: 1). Ora, perante tal constatação o papel da sociologia tem sido o de contribuir, ativamente, para a desmistificação destas realidades montadas, construídas sob propósitos

²⁴ Itálicos do autor

muitas vezes distantes da necessidade de compreender os jovens nas suas dinâmicas e problematizações. Como esclarece Ricardo Campos, “às ciências sociais tem cabido a tarefa de desconstruir esta juventude fabricada ao sabor das lógicas mediáticas (e mercantis), aprofundando muitas das matérias que tão superficialmente são trazidas a debate público” (Campos, 2011: 185).

Valerá a pena explorar, ainda que de forma sucinta, a questão da universalização dos conceitos, e das ideias, que tão meticulosamente é registada por Machado Pais (2005). O autor usa o conceito de *cidadania* para dar conta desta universalidade denominada e também construída, dessa apropriação social estereotipada que se realiza dos conceitos, que passam a existir como realidades únicas, inquestionáveis e, a mais das vezes, deslocadas das realidades por eles nomeadas.

O conceito *cidadania* apareceu associado à Revolução Francesa, remetendo, portanto, para a equacionalização de uma sociedade assente nos ideais de liberdade, igualdade e fraternidade (Pais, 2005). Por outras palavras, o conceito de cidadania está associado a uma luta pela emancipação, a um respeito pelos direitos, entendidos como universais, não tendo em conta a noção de diversidade, de pluralidade (*idem, ibidem*). Ora, Pais esclarece que é precisamente por esta questão - a universalização de direitos - que este conceito, aplicado às sociedades atuais, levanta alguns problemas. Por um lado, não podemos ignorar que vivemos em sociedades cada vez mais plurais, onde culturas diferentes se interconetam no mesmo espaço e tempo (Lopes, 1998). Por outro lado, como equacionar o conceito de universalidade quando, como alerta Pais, existem grupos sociais, de que os jovens são exemplo, que reivindicam liberdade, direito à diferença, almejando por oportunidades de se fazerem ouvir? (Pais, 2005).

Para Machado Pais, “falar de cidadania implica falar de *caras*, de identidades. De identidades *individuais* (de uma pessoa, de uma voz, de uma posição, de uma subjectividade) e de identidades *grupais*²⁵ (“nós”, que nos assemelhamos, em relação a “outros” que de nós se diferenciam)” (Pais, 2005: 54). A questão é que a cidadania tem sido sempre associada a uma pessoa, uma “universalidade”, a cidadania tem sido equacionada em forma de *quadratura* (Pais, 2005), sendo definida “(...) em cada época, pelos limites que se impõe a si mesma. Daí os conceitos decorrentes de *inclusão* (dentro da quadratura) e de *exclusão*²⁶ (fora da quadratura)” (*idem, ibidem*: 56). Será que poderemos falar de cidadania enquanto corpo do direito à igualdade ou, também, como consideração do direito à diferença? Será que os jovens

²⁵ Itálicos do autor

²⁶ Itálicos do autor

pretendem ser considerados como individualidades inscritas dentro ou fora da quadratura? Parece-nos, apesar de ser arriscado afirmá-lo sem mais, que os jovens procuram, essencialmente, serem reconhecidos, legitimamente, como seres a quem lhes é confirmado o direito à diferença. Não pretendem, deliberada e descaradamente, serem considerados à margem de um sistema. Na verdade, admita-se, acaba por ser o próprio sistema que os exclui, não lhes reconhecendo uma capacidade de ação que, afinal das contas, por direito reivindicam.

Vários estudos nas ciências sociais têm procurado compreender quais são essas formas, através das quais os jovens procuram a individualidade. Como exemplo, Vítor Sérgio Ferreira que tem procurado dar conta dos significados do corpo que se tatua, que é fonte de crescentes investimentos, pretendendo expressar o significado intrínseco às marcas corporais, entendendo-as como *marcas que demarcam* (Ferreira, 2007).

Também Machado Pais esclarece que a razão pela qual os jovens investem tanto na imagem relaciona-se com esta necessidade de individualização - “o corpo é palco de investimentos crescentes por parte dos jovens: tatuam-se, drogam-se, perfuram-se, adelgaçam-se, musculam-se, bronzizam-se, depilam-se...As caras maquilham-se, perfumam-se, exibem-se com óculos originais, carregam penteados exóticos e coloridos” (Pais e Cabral, 2004; in Pais, 2005: 55). É nesta urgência pela diferenciação que se pode compreender que a moda tenha perdido em função, para incorporar a forma e a expressividade corporal estilística e estilizada (Negrini, 1999; in Pais, 2005) - “não estamos apenas perante uma questão de modas (incorporadas) mas também ante a necessidade de afirmação de identidades (intervencionadas). De identidades que são socialmente ritualizadas e, nesse sentido, as tatuagens, *piercings* e outras intervenções corporais são marcas individuais, sem deixarem de ser grupais (...) elas reclamam formas de participação e disputa cívica baseadas na relevância do corpo e do controlo sobre o mesmo” (Pais, 2005: 55). Na verdade, no estudo que desenvolvemos procuramos também demonstrar este papel do vestuário enquanto forma de distinção, enquanto sentido expresso de uma individualidade, que sendo individual não deixa de ser grupal.

Esta necessidade de afirmação, de individualidade, que os jovens procuram e reivindicam através das mais variadas formas de apropriação parece-nos relacionar-se com uma outra questão. Ao analisar os escritos sobre os jovens e as relações que estabelecem com as várias instituições sociais - sistema político, de ensino, etc. - um aspeto sobressai: a sociedade, ou melhor as instituições que a compõem, parecem desenvolver-se à margem desta categoria social. Explicitando: apesar de sistemas como o político ou o educativo não

poderem desligar-se de uma forte relação que estabelecem com os jovens, as medidas que desenvolvem, visando o seu enquadramento no seio da sociedade, parecem estar deslocadas das verdadeiras necessidades destes.

No seu estudo sobre a juventude Idalina Conde (1990) identificava que muitos jovens se sentiam excluídos da sociedade portuguesa (26,3% respondeu sim e 40,4% referia que isso acontecia “em parte”). Segundo Idalina este aspeto vem traduzir a “(...) opinião dos jovens quanto à manifesta incapacidade da sociedade portuguesa em acolher, valorizar e potenciar uma participação juvenil mais ampla. Razões apontadas para isso radicam tanto na insatisfação dos jovens com as principais instituições dominadas pelos membros das gerações mais velhas, como no difícil entendimento e recíproca incompreensão entre gerações” (Conde, 1990: 682).

João Teixeira Lopes, num amplo estudo desenvolvido em todas as escolas secundárias do Concelho do Porto, possibilita também uma leitura bastante significativa relativa às relações que os jovens estabelecem com a escola. Para além de identificar práticas relacionais e culturais que os jovens constroem nesta instituição social - abordando, portanto, a juventude através do seu quotidiano vivido - este autor procura também demonstrar que as escolas continuam a reproduzir lógicas de ensino que não são adequadas aos tempos em que vivemos. As escolas são espaços cada vez mais plurais, onde jovens de diferentes classes sociais, mas também de diferentes etnias, quotidianamente se cruzam. As práticas educativas não podem distanciar-se destes universos, diferenciados, de significação (Lopes, 1995). Por outro lado, uma análise ao trabalho deste autor, permite identificar a importância que os espaços sociais adquirem, funcionando como palcos de interação nos quais as ações quotidianas se desenvolvem - “os cenários de interação são utilizados pelos agentes para, através da intersecção dos seus movimentos e condutas no espaço e no tempo, produzirem e reproduzirem as sociedades mediante as suas práticas sociais rotinizadas” (Lopes, 1995: 99).

Teixeira Lopes procura chamar a atenção para o facto de que as leituras que se desenvolvem sobre os jovens não se podem deslocar da análise organizacional dos espaços nos quais os indivíduos se movimentam e, dia a dia, interagem. Poderemos, grosso modo, anotar que “conhecer” os jovens implica também, talvez até em primeira instância, “conhecer” os espaços onde estes se interrelacionam, porque os “cenários” dotam de significado, de intensão, a situação de interação (Lopes, 1995). Esclarece o autor: “(...) a utilização quotidiana que os alunos fazem do espaço escolar deve ser entendida como uma

forma de *fazer e usar*²⁷ a escola, reproduzindo activamente uma ordem pré-existente de acordo com os seus projectos, interesses e estratégias; (...) a escola possuirá centros de atracção mas também de repulsa; (...) locais de solidariedade e lugares de estigmatização e segregação; locais que se apropriam, que se dominam e onde se domina e locais onde se é dominado; locais que se “conquistam” e locais que se “defendem” (...)” (Lopes, 1995: 101). Só neste sentido se poderá compreender a relação que os jovens possuem com o espaço, numa perspectiva mais ampla, e as relações que, ao fim ao cabo, estabelecem entre eles. O espaço possui “marcas”, que são o registo acabado de uma vivência, de vivências que se inscrevem num quotidiano do qual, na verdade, não podem “fugir” (Lopes, 1995).

Então, compreender os jovens é compreender também as dinâmicas intersticiais que com o espaço desenvolvem (*idem, ibidem*). Implica considerar, portanto, que ser jovem numa escola secundária de um Concelho de pequena dimensão, como é o caso de Vizela, será substancialmente distinto de sê-lo num de grande dimensão, por exemplo no Porto, onde as fronteiras de interação são, necessariamente, mais marcadas, mais profundas, mais dinâmicas e abertas. Como esclarece Sofia Silva, os quotidianos de experimentação juvenil não podem ser desapropriados dos espaços sociais nos quais as práticas têm lugar (Silva, 2010). Os lugares, pontos espaciais no seio dos quais nos apropriamos do mundo social, toldam as nossas experiências e são, eles próprios, por nós modelados (Silva 2010). É nesta base de entendimento que Sofia Silva defende que “pertença e existência têm uma forte relação. A definição das pertenças é também a definição de lugares a partir dos quais (...) [os] jovens compreendem o mundo e o mundo também os/as compreende” (Silva, 2010: 293).

É neste reconhecimento relativo à importância espacial das vivências sociais que José Machado Pais alerta para a dificuldade de aplicação de certas medidas, entre as quais as políticas educativas (Pais, 2005). Porque elas referem-se a universos de jovens que como vimos são tudo menos homogéneos. Por isso, a necessidade de se desenvolverem diagnósticos que sejam capazes de destacar as principais características dos espaços e realidades sociais presentes, no sentido de uma aferição mais real entre a teoria e a prática. Por esta mesma razão considerámos importante desenvolver e incluir mais à frente alguns apontamentos sobre as principais características do Concelho de Vizela, no sentido de enquadrar as práticas que os jovens desenvolvem nessa noção mais ampla que é a de espaço social no qual têm lugar.

Um outro ponto que se desnuda ao olhar de João Teixeira Lopes parece ser o facto de que a escola continua a reproduzir velhas lógicas de segregação. O autor sublinha que desde

²⁷ Itálicos do autor

os escritos de Bourdieu e Passeron que sabemos quais os mecanismos subjacentes ao sistema educativo (Lopes, 1995). A massificação do ensino potenciou novas oportunidades mas possibilitou também que se encontrassem em ambiente escolar um conjunto de estudantes que, efetivamente, não possuem as mesmas “armas” (Queiroz, 2006) para frequentar e concluir, com sucesso, todas as etapas, politicamente instituídas, do sistema de ensino obrigatório. Na verdade, a escola, ou mais concretamente o sistema educativo, “(...) impõe arbitrariamente e de forma dissimulada um padrão cultural tido como universal e legítimo. A sua capa de neutralidade e a retórica da transparência e da democraticidade por parte do poder político ao serviço das classes dominantes asseguram uma persistente dominação simbólica sobre os mais desfavorecidos (...) os outros, também desde cedo eleitos pela lógica do sistema, gozam de um carisma inabalável e o seu trajecto escolar aparece como a concretização de uma profecia” (Lopes, 1995: 129-133). Parece, então, que estamos perante uma escola que não é para todos, uma escola que não consegue chegar mais perto, talvez porque não possa, efetivamente, pisar o mesmo chão que muitos dos jovens que a compõem pisam (Pais, 2005). Estarão os jovens fora de um sistema que, afinal, deveria existir para os incluir?

Talvez um ponto de luz sobre esta questão se vislumbre ao entendermos que a escola tem sido perspectivada em termos da sua ligação com o futuro (Pais, 2000) - um futuro, claro está, definido em função da integração na vida ativa. É este futuro que prescreve o presente escolar. Os alunos são formados em função de um futuro - futuros profissionais, futuros chefes de família, futuros contribuintes (*idem, ibidem*). Será legítimo afirmar que nesta perspectiva “(...) os jovens seriam seres em trânsito, sem presente, adultos potenciais em futuro. O seu presente apareceria atrelado ao futuro porque “anda-se na escola para se ser alguém no futuro” ou “para aprender coisas úteis para o futuro” (*idem, ibidem*: 50). O presente parece ter para escola - e numa equação mais abrangente para a sociedade - pouco valor. Ora, para Machado Pais, é este presente futurado que se traduz em problemas - o problema de uma “(...) escola ventilada por reformas modernistas mas que permanece com roupagens retrógradadas, com vícios do passado (...)” (Pais, 2000: 50). Uma escola que continua a reproduzir uma espécie de *alunos em série* (Pais, 2000), sempre sujeitos aos mesmos programas e normas disciplinares (*idem, ibidem*).

O sistema de ensino, ao equacionar-se numa extensão do futuro, esquece que desmobiliza os jovens, impedindo-os de constituírem-se (e de sentirem-se) membros ativos de uma sociedade - alguém com uma palavra a dizer, hoje, porque é hoje que a “vida se joga” (Pais, 2000). Pais afirma que a educação escolar torna-se numa *sala de espera em muitos*

casos aborrecida (Pais, 2000). Por isso, os jovens criam mundos e modos de vida alternativos que lhes permitam viver o presente, protagonizando-o, experimentando-o (*idem, ibidem*). Muitas vezes, a forma que encontram de se fazer ouvir é criando e (re)criando imagens, mensagens, apropriando-se dos espaços²⁸ para lhes imprimir um significado, uma simbologia, fazendo falar o meio circundante sob todas as formas de que é capaz (Pais, 2000; 2005).

Sobre a escola e as suas dinâmicas encontramos também contributos em Maria Emília Costa para quem “(...) o espaço escolar [se apresenta] como potencial motivador ou inibidor de identidades baseadas na exploração (...) e no investimento (...). Neste mesmo sentido joga a acentuada ritualização que atravessa estes espaços, assente numa forte *estetização do quotidiano*²⁹, capaz de transformar o objecto mais banal num produto com valor simbólico acrescentado” (Costa, 1991: 153; in Lopes, 1995: 146). Na ótica desta autora neste jogo de significação ganham destaque as componentes da *cultura-diversão* e da *apresentação de si*.

Teixeira Lopes corrobora, desde logo, esta enunciação: no estudo realizado nas escolas secundárias do Porto é a segunda componente que ganha mais destaque - *a apresentação de si*. Na verdade, “antes de se aventurarem a «aparecer em cena», os jovens querem sentir-se à altura da situação e saber que o seu aspecto corresponde ao papel que vão desempenhar. Isto poderá implicar vestuário apropriado e os penteados e a maquilhagem correctos” (Roberts e Parsell, 1990: 176; in Lopes, 1995: 147). Estes são, então, os símbolos de uma identidade que se pretende afirmar, que se pretende compreendida pelos pares (grupo) e, mais ainda, pelos não-pares (outros grupos) - “são estes os símbolos que conferem visibilidade aos “grupos” escolares, entrando, decididamente, no terreno da comunicação entre actores que interagem no mesmo cenário (...) e revelando especiais competências *semânticas* (no reconhecimento, por exemplo, dos significados inerentes a qualquer indumentária); *cinésicas* (na apropriada “gestão” de impressões que se transmitem, conscientemente ou não, através de uma panóplia de signos gestuais e de posturas); *proxémicas*³⁰ (regulando a “gestão” dos signos e das distâncias interpessoais de acordo com o cenário de interacção, desde os mais vastos, até aos micro-territórios de representação e apresentação quotidianas) (...)” (Lopes, 1995: 147).

Pelo exposto se compreende que a escola, enquanto espaço institucional do quotidiano ordinário dos jovens, adquire forte relevância aquando da concetualização em torno da juventude e das práticas que nela, e por ela, se desenvolvem. Na verdade, poder-se-á considerar a escola “uma segunda casa”, um local onde os jovens passam grande parte do seu

²⁸Veja-se, a este título, os escritos de Machado Pais sobre os jovens skaters ou *writers* em *Jovens e Cidadania* (Pais, 2005).

²⁹ Itálico do autor

³⁰ Itálicos do autor

dia e, por essa via, o seu tempo. Mas a escola parece encontrar-se, a mais das vezes, desajustada dos jovens aos quais procura chegar (Lopes, 1995; Pais, 2000; Relvas, 2000). Os jovens encontram-se muitas vezes presos num sistema que não compreendem a sua finalidade - serão as *tiránias da sociedade* (Relvas, 2000).

Neste quotidiano orientado para um futuro os amigos funcionam como pontos importantes de conexão à realidade presente, sendo com eles que se jogam verdadeiras investigações sobre as práticas sociais do quotidiano, vivendo-se e aprendendo-se, (re)atribuindo sentido aos espaços sociais de convívio e interação quotidiana (Dias e Lopes 1996). Como salientam Isabel Dias e João Teixeira Lopes “(...) os amigos e as formas informais de convivialidade tornam-se num importante agente de socialização, correndo em linhas paralelas com a escola e a família, ora convergindo, ora apresentando visões do mundo alternativas (*idem, ibidem*: 86)

Em suma, regista-se como ideia principal sobre a escola que: “para o adolescente, [e para o jovem] a escola, como instituição, representa o obrigatório, o não-voluntário, a “tirania” do social e respectivo sistema. Convenhamos que comporta, de novo, uma dimensão algo paradoxal: a componente associada à rigidez das normas colide com os esforços feitos no seu seio para que o indivíduo aprenda a utilizar, de modo responsável, a vontade própria” (Relvas, 2000: 91). Por outro lado, estando a escola tão orientada para o futuro como poderá dar atenção ao presente? Como poderá desenvolver verdadeiros intercâmbios entre o aluno e o espaço social mais amplo no qual se insere. As respostas não são tão fáceis, ou lineares, como possam parecer. Este tem sido um debate que ao longo dos tempos se tem vindo a desenvolver. Portanto, as respostas tardam e não se afiguram de fácil realização. Contudo, a questão equacionada parece-nos legítima. Quiçá, este poderá ser o mote para futura investigação (se, entre as linhas do destino, se proporcionar a realização do Doutoramento) já que o debate sobre a escola, as práticas nela veiculadas e, mesmo, as perspetivas desse futuro (cada vez menos exequível) que se procura iniciar pelo sistema de ensino estarão, com o evoluir dos tempos e das sociedades, em debate crescente.

Apesar do nosso trabalho não se desenvolver em torno das funções manifestas e latentes da escola, nem tão pouco da escola em si, optamos por aqui desenvolver o pequeno trecho teórico acima identificado porque entendemos este espaço como determinante dos quotidianos juvenis - a escola são os jovens e os jovens são, eles próprios, reflexo da escola. Daí que ao teorizar sobre os jovens nos pareça importante escrever alguns apontamentos sobre a escola, instituição que permeia e ocupa grande parte do seu quotidiano.

Como apontamentos finais desta teorização fiquemos com estas palavras de um jovem adolescente: “*De manhã, quando acordo, só penso “para que é que a escola nos tira da cama?...”; mas não há nada a fazer, tenho que me levantar e ir para lá!*”³¹ (...) (Relvas, 2000: 91).

2. 3 - Do corpo como imagem ao vestuário como símbolo de pertença social

2.3.1 - O corpo como imagem: construída, vivida e sentida

O corpo tem, nas sociedades atuais, ganho um destaque substancialmente distinto do de épocas passadas. Poderemos identificar que a identidade corpórea encontrou-se sujeita a um conjunto de transformações que, ao longo dos tempos, se foram edificando. Como exemplo, o conceito de corpo na Grécia antiga era, sem dúvida, distinto do conceito de corpo na Idade Média.

No primeiro momento histórico - a Grécia antiga - o corpo era valorizado na sua forma, mais do que na sua função - “a imagem do corpo grego, ainda hoje atraente e considerada uma referência, é bastante revelador da existência e dos ideais estéticos veiculados na altura. Na verdade, este corpo era radicalmente idealizado, treinado, produzido em função do seu aprimoramento, o que nos indica que ele era, contrariamente a uma natureza, qualquer que ela fosse, um artifício a ser criado (...)” (Barbosa, Costa e Matos, 2011: 25). Já na segunda perspetiva histórica - a Idade Média - o corpo é percecionado como realidade (quase) amorfa, percecionado de forma muito direta com a componente força de trabalho; isto porque “a característica essencialmente agrária da sociedade feudal justificava o poder da presença corporal sobre a vida quotidiana; características físicas como a altura, a cor da pele e peso corporal, associadas ao vínculo que o indivíduo mantinha com a terra, eram determinantes na distribuição das funções sociais” (Barbosa, Costa e Matos, 2011: 26) mas, também porque a presença da Igreja, como doutrina influente do pensamento humano na Idade Média, influenciava as noções e idealizações do corpo enquanto instrumento de manipulação e estetização (*idem, ibidem*).

Apesar da idealização corpórea estetizada já presente na Grécia antiga arriscamos referir que nunca o corpo adquiriu, como hoje, tanta substância, tanta propriedade (Ferreira, 2007). O corpo tornou-se veículo através do qual o indivíduo pode descrever a sua história (por exemplo, através do recurso à tatuagem), componente ao serviço da imagem pessoal que

³¹ Itálico da autora

manipulamos no sentido de uma adaptação às nossas expectativas socialmente construídas (*idem, ibidem*) - o corpo torna-se hoje instrumento de investimento, aspeto que não se desloca, assim o entendemos, das lógicas socialmente instituídas como aceites numa dada sociedade num momento histórico-temporal específico. O corpo tornou-se objeto de adoração, de *incorporação* (Ferreira, 2007), de molde, propriedade ao serviço do indivíduo que o trabalha em função dessa capacidade cada vez mais reivindicada socialmente que se afirma como a liberdade de uso do próprio corpo. Ora, a construção do objeto de estudo deste trabalho radicou também nesta noção de crescente importância do corpo enquanto entidade performativa. Partimos do princípio que a importância crescente que o corpo vem sofrendo nas sociedades atuais não passa despercebida aos jovens. Entendemos que o corpo, pela necessidade de o tornar apelativo para os outros, se afirma como um conceito importante no quotidiano juvenil, acreditando, na verdade, que os usos e apropriações do vestuário, a manipulação deste objeto de sentido, não se desvinculam dessa incorporação, socialmente interiorizada, que apresenta a corporeidade como instrumento crescente ao serviço da estetização da imagem pessoal e social.

Como argumenta Vítor Sérgio Ferreira o conceito de *incorporação* tem-se desenvolvido como um conceito de grande importância sociológica, porque procura identificar os meios através dos quais a realidade social se encontra interiorizada (ou incorporada) no indivíduo (Ferreira, 2007). Neste pressuposto de entendimento, o corpo (a corporeidade) adquire designação simbólica, porque se enforma como símbolo, como entidade corporizada no espaço que transporta em si uma identidade: social, racial, de género, de classe (Ferreira, 2007). Então, o corpo permite, também, dar visibilidade, objetivar, uma realidade, à primeira vista, abstrata - o social (*idem, ibidem*). Como este autor esclarece, “o corpo assume assim o estatuto de *operador social*³², onde o social se torna possível e onde, conseqüentemente, se revela a eficácia do social sobre o indivíduo” (*idem, ibidem*: 292). Ora, esta concetualização do corpo implica um duplo movimento - o corpo enquanto interiorização da exterioridade (as condições objetivas de vida identificadas, desde logo, em Bourdieu) e de exteriorização da interioridade (sob a forma de apropriações do social) (Ferreira, 2007).

O corpo afirma-se na manifestação de um ser e estar no mundo, como instrumento através do qual o sujeito existe e se apropria da realidade social - é o meio que possibilita ao Homem “pertencer ao mundo” (Bourdieu in Ferreira, 2007). Mas, este existir humano e social no mundo é distinto, diferenciado, porque distintas, e diferenciadas, são as condições

³² Itálico do autor

objetivas que corporiza - falamos de um *corpo sobressocializado* (Ferreira, 2007: 292) ou, mesmo, de um *corpo domesticado* (Lopes, 2002: 61; in Ferreira, 2007: 292). Não obstante, o corpo pode afirmar-se como lugar de oposição, de resistência, de emancipação social (*idem, ibidem*). É neste sentido que Ferreira defende que a corporeidade não pode ser entendida numa dimensão unilateral - o corpo dominado, prisioneiro de um ser e estar no mundo, resultado de um mais amplo pertencimento - uma pertença social e grupal (enquanto classe) (Ferreira, 2007). O corpo tem, pelo contrário, “(...) em potência, essa dupla capacidade de se revelar lugar de *conformação* e *confrontação social*”³³, de controlo e resistência, de autoridade e subversão, de contenção e excesso, (...) de subordinação e emancipação” (Ferreira, 2007: 293).

De facto, o corpo é cada vez mais entidade socialmente reclamada, realidade construída que reivindica individualidade e pertença, envolvimento e dissidência. Aliás, como identifica Machado Pais, os direitos de cidadania que se relacionam com o uso e apropriação liberal do corpo, como o direito à individualidade, são, na atualidade, os que mais se defendem (Pais, 2005). Estes corpos construídos são também, cada vez mais, realidades que existem para os outros, porque componentes de “(...) exibição e ostentação pública (...) que materializam investimentos expressivos decorrentes de opções e decisões do sujeito, conscientemente ponderadas e planeadas, relativamente aos usos que faz do corpo” (Ferreira, 2007: 293). Falamos das tatuagens e das perfurações do corpo (*piercings*) (conhecimento sociológico para o qual o trabalho de Vítor Sérgio Ferreira muito tem contribuído), mas podemos falar, também, de opções estilísticas que se tornam possíveis através do vestuário - o estilo gótico, por exemplo, marcador social de uma identidade que se pretende fazer passar para os outros. Como lembra Eco, a linguagem que se expressa através do vestuário, tal como a linguagem das palavras, não assenta apenas nessa mera transmissão de significados, desdobra-se numa articulação mais complexa e intrincada que é a linguagem da mensagem ideológica servindo, então, a indumentária para a transmissão de sentidos metalinguísticos, segundo os padrões socio-históricos instituídos (Eco, 1975).

Entendemos, portanto, que a linguagem do vestuário não se desloca de uma certa posição ideológica, assim como não se deslocarão, como mais à frente o registamos, de um sentido mais complexo os estilos construídos dos jovens que quotidianamente se infiltram nas relações sociais de interação; o vestuário não se desvincula dessa componente de afirmação

³³ Itálicos do autor

peçoal, dessa capacidade de fazer falar o corpo através de todas as formas de que é capaz, numa individualidade, reflexivamente, intervencionada e reivindicada.

Como sugere Guiddens a *reflexividade corporal* (Guiddens, 1997 [1991]; in Ferreira, 2004) ganha destaque ao nível das camadas jovens da população (*idem, ibidem*). Na verdade, o corpo jovem tem vindo a adquirir, nas sociedades contemporâneas ocidentais, um valor sem par. É o corpo jovem, que vem sendo glorificado, venerado, símbolo de beleza e bem-estar (Ferreira, 2004). Ora, esta consideração liga-se, desde logo, ao que havíamos atrás avançado. Os jovens possuem hoje um papel distinto do desempenhado há umas décadas atrás - adquiriram mais protagonismo - “o corpo dos jovens passa, assim, a ser alvo de observação e contemplação, objecto de escrutínio e avaliação permanente, quer por parte do seu portador, quer dos que com ele se cruzam quotidianamente (...)” (Ferreira, 2004: 56).

Dados de um inquérito nacional realizado a jovens com idades compreendidas entre os 15 e 29 anos, permite identificar aspetos importantes em termos da relação dos jovens com o corpo. Um dos aspetos que nos importa destacar, porque se relaciona, de forma direta, com a posição que assumimos neste trabalho, é a noção de que, em função de determinantes objetivas (classe social, grau de escolaridade, territorialização), os jovens experienciam relações com o corpo que são distintas - o que, mais uma vez, vem reforçar a necessidade de dar conta das singularidades mais do que das homologias, quando desenvolvemos apontamentos teóricos sobre a juventude. De facto, e de uma forma breve, podemos assinalar que é nos meios juvenis com maior capital escolar, com estatuto social mais elevado e residência urbana, que se encontram os jovens “(...) mais interessados nas tematizações mediatizadas do corpo, (...) bem como mais ecléticos e pormenorizados nos recursos convocados na composição dos seus visuais” (Ferreira, 2004: 57). Por outro lado, é nos jovens posicionados na base da hierarquia social, com recursos escolares elementares e residentes em meios rurais, que se verifica menos o interesse pelo corpo (*idem, ibidem*) enquanto, digamos, “instrumento performativo”. Registe-se, portanto, que nos contextos sociais mais favorecidos o corpo é entendido como “(...) território existencial privilegiado para a construção de uma identidade pessoal socialmente distintiva (...) [onde] a percepção do *visual como forma de exprimir a individualidade*³⁴ (...) mais se acentuou” (*idem, ibidem*: 58). Anota-se, e corrobora-se, também, a ideia de espacialização das práticas que ao longo deste trabalho temos vindo a salientar. O corpo interage com um meio social específico agindo sobre ele e sendo dele, por conseguinte, resultado numa relação dialética de interiorização da

³⁴ Itálico do autor

exterioridade e de exteriorização da interioridade. Com efeito, o corpo edifica-se enquanto sujeito e objeto (Silva, 2010) tornando-se propriedade tangível através da sua ligação a um espaço com o qual estabelece “(...) uma relação directa, de contacto, que não é senão uma maneira entre outras de estar em relação com o mundo” (Bourdieu, 1998: 119; in Silva, 2010: 298).

O corpo é hoje palco de intervenções crescentes, intervenções que são reflexivas, conscientes e interessadas (Ferreira, 2004). O corpo veste-se como forma de transmitir uma individualidade, uma diferença que se reconhece enquanto grupo e não grupo. Esta importância crescente da imagem e da experiência do corpo enquanto “objeto” construído e que se constrói não é alheia à crescente dinâmica comercial e mediatizada que se desenvolve em torno dos jovens (Pina, 2006). Por isso, os jovens, acreditamos, não são, de todo, alheios, às representações sociais do corpo e da imagem, hoje, componentes socialmente valorizadas.

Porque nos interessou também compreender essa significação, socialmente partilhada, sobre a imagem fomos levados a incluir no nosso inquérito algumas perguntas que se orientavam para esse objetivo. Interessou-nos compreender se a importância da imagem (mediatizada) não poderá contribuir, de forma direta, para a quotidianidade e ritualização das práticas que com o corpo, ou melhor, com a apresentação do eu em interação, são mobilizadas pelos jovens. Como esclarece Vítor Sérgio Ferreira, “o reconhecimento do seu crescente [do corpo] *valor de troca simbólica* no espaço social, faz com que algumas das mais promissoras abordagens sociológicas do corpo o entendam como um *recurso* susceptível de ser *capitalizado* (...) sobretudo na sua dimensão *expressiva*, com estatuto equivalente ao *objecto-signo*³⁵. Universo de aparências, movimentos e sensações, o corpo contemporâneo é um corpo comunicante (...)” (Ferreira, 2004: 59); por isso mesmo, “no jogo da aparência (...), o corpo não só é questionado, desafiado e avaliado quando se observa reflectido no espelho - *intracorporalidade* - como se constrói em constante relação com os outros - *intercorporalidade*³⁶ (...) (*idem, ibidem*: 60). Será caso para referir que o corpo ou, de forma mais lata, a imagem que construímos enquanto corporeidade, e que se edifica nas vivências quotidianas, encontra-se em transformação como, aliás, a vida que é também ela dinâmica e transitória, questão fundamental da existência que cada um de nós, a seu tempo, acaba por compreender.

A introdução da noção de corpo neste trabalho não se realiza ao acaso. Na verdade, só através de uma compreensão mais ampla sobre a concetualização do corpo se pode entender a

³⁵ Itálicos do autor

³⁶ Itálicos do autor

importância que o vestuário vem adquirindo na sociedade - uma importância que, entendemos, está assente na passagem do vestuário função para o vestuário forma (Eco, 1975) - mais do que mero objeto funcional, o vestuário apresenta-se, hoje, como expressão objetiva de um estilo de vida, identificador de pertenças sociais e de classe (Bourdieu, 2010). O vestuário é, no entanto, e apesar de toda a simbologia que transporta, um objeto inanimado, que só existe no corpo e pelo corpo. Estando nós a teorizar sobre o papel do vestuário para os jovens, não podemos esquecer que esta função exercida pela indumentária não se desloca da importância da imagem, não se desloca de noção corpórea que, no fundo, lhe dá vida. É o corpo que se veste, que se maquilha, que se coloca em posição de interação. É o corpo, afinal, que “fala”, portanto, “(...) suporte material de toda e qualquer acção humana” (Ferreira, 2004: 55).

2.3.2 - O vestuário como simbologia social

Umberto Eco defende que tudo é comunicação e assim o defendemos e partilhamos também nós. Partimos para este trabalho de investigação sociológica tendo esta premissa por base - o vestuário reflete-se culturalmente como instrumento ao serviço da transmissão de mensagens. Viver e existir no mundo implica esse processo vital de comunicar com outros, mas esta comunicação, sabemos-lo hoje, não se restringe às palavras que verbalizadas tornam os conceitos atos quantificáveis e tangíveis. A comunicação é também essa vertente ilustrativa do corpo em interação, das palavras aos gestos, às expressões; serão as idiossincrasias de um ser em relação com o mundo que o rodeia, que ele próprio ajuda, constantemente, a (re)edificar. Por isso, este trabalho talvez possa ser entendido como um pequeno contributo a juntar ao estudo sobre essa outra comunicação, a comunicação do corpo que se veste, que reflete a cultura em que está inserido, o tempo em que se movimenta, a história que incorpora e exterioriza.

Como já identificámos, interessou-nos compreender a importância que a imagem, para a qual o vestuário necessariamente contribui, adquire nas vivências sociais e relacionais que os jovens experienciam; pretendíamos identificar até que ponto as relações entre os jovens se desenvolvem em torno da manipulação do vestuário - a questão da *apresentação de si*. Isto porque se considera que através do vestuário que usamos tentamos passar uma imagem, à qual atribuímos uma simbologia, sabendo que essa mesma simbólica é apreendida pelos outros. O vestuário é assim entendido como suporte de categorizações e codificações, ainda que irrefletidas, porque “(...) mesmo descontando os diferentes níveis de intencionalidade que

condensa, emite “sinais” e “significados” que os outros, na pluralidade das suas situações e operadores sócio-culturais (na pluralidade dos seus *habitus*³⁷) reconhecem, a um nível explícito ou mais tácito” (Lopes, 1995: 149). Face ao exposto, uma ideia, desde logo, parece importante frisar - o vestuário apresenta-se como objeto da ordem do simbólico pois através do seu uso é possível identificar certas categorizações, embora estas leituras que realizamos não possam ser dissociadas dos contextos socioculturais específicos em que têm lugar.

Nas sociedades contemporâneas a indumentária tem uma importância crescente funcionando como verdadeira extensão do eu - “(...) [a roupa] representa uma espécie de espelho de si mesmo [do Homem]” (Monteiro, 1997: 1). Claro que poderemos sempre entender o vestuário como um conjunto de peças que servem esse propósito último de proteção e funcionalidade, mas parece estar provado que esta função de utilidade não restringe essa outra função, de foro mais simbólico, que o vestuário acaba por também traduzir. O vestuário parece, então, retraduzir-se, multiplicar-se, ainda que não se desvincule dessa propriedade funcional que sempre representa e representará; mais do que se limitar à ordem do «serve para» o vestuário alarga-se a uma simbólica da ação, podendo também implicar a introdução do «diz que» (Eco, 1975). Veja-se, por exemplo, todas as categorizações que estão associadas ao vestuário. Porque utiliza o militar todo aquele manancial ritualizado e estereotipado de indumentária? Porque nos vestimos nós de forma diferente em função dos contextos sociais nos quais nos movimentamos? Como explicar o uso de fato e gravata por parte dos funcionários de uma agência bancária? Será tão só para se protegerem das vicissitudes, inconstâncias temporais, que os indivíduos adotam este ou aquele estilo de vestuário ou, ainda que esta componente meramente funcional se verifique, se possa introduzir aqui uma outra: a capacidade da indumentária de operar a um nível simbólico que, porventura, ultrapasse até esse outro nível funcional? Como esclarece Sigurtá: “marcar a própria presença, chamar a atenção, pôr o acento, senão a ênfase, em determinadas partes do nosso corpo, denotar com uma linguagem clara e muitas vezes mesmo codificada com precisão alguns significados, e dar a conhecer outros de maneira explícita mas sempre sensível, eis o objectivo principal do vestuário” (Sigurtá, 1975: 23).

Para Gilson Monteiro, a roupa tem mesmo a importante característica de diferenciar, socialmente, grupos de indivíduos - “a roupa, tanto modernamente quanto antigamente, serve para distinguir a classe social à qual o indivíduo pertence” (Monteiro, 1997: 1); com efeito, as “roupas fornecem um estímulo, uma insinuação visual para a cultura de classe do usuário. Ela

³⁷ Itálico do autor

serve como um símbolo de diferenciação social porque dá ao usuário alta visibilidade” (Engel, Blackwell, Miniard, 1995; in Monteiro, 1997: 8).

O próprio Bourdieu chama a atenção para esta questão ao lembrar que mais do que estilos de vida diferenciados os indivíduos vivenciam estilos de vida distintos. Esta capacidade de se distinguir dos demais torna-se possível através de um *conjunto unitário de preferências de vida* (Bourdieu, 2010), manifestas em todas as práticas e apropriações dos sujeitos. Neste pressuposto, os objetos tornam-se marcas, distintas, de um estilo de vida que se quer evidenciar - o mobiliário, o vestuário, o(s) automóvel(s) tornam-se extensões de um eu, diferenciado dos demais (*idem, ibidem*). Mas, neste jogo social as distinções são, também, identificações - distantes de uns, próximos de outros. Na verdade, é certo que o *habitus*, enquanto conjunto de disposições para agir, diferencia e distingue os sujeitos uns dos outros mas, será igualmente verdade que, no reverso da medalha, este sistema de códigos permite, também, que os indivíduos, porque possuidores de uma matriz de disposições semelhante - porque semelhantes são as condições objetivas de vida que lhe deram lugar - se reconheçam entre iguais. Só neste pressuposto se poderá entender a típica frase: *temos gostos parecidos*.

Monteiro esclarece que desde sempre as roupas cumpriram esta função de diferenciação/identificação social. Ainda que na antiguidade o jogo social, assente nas práticas distintivas, não se recobrisse dos mesmos moldes em que hoje se inscreve, o facto é que “(...) na essência, os significados sofrem variação mas mantêm um núcleo praticamente imutável (...)” (Monteiro, 1997: 2). De facto, apenas neste sentido se poderá entender toda a divergência, em termos de indumentária, que distinguia as classes sociais nas sociedades de outrora. O vestuário adquiria aqui a capacidade e a funcionalidade de enquadrar os indivíduos em agregados que mais do que agrupamentos de classes, eram agrupamentos de comportamentos, atitudes e ações (*idem, ibidem*). O vestuário funcionava como uma verdadeira extensão do eu, como se através da vestimenta se pudessem adivinhar carateres, formas de ação, padrões de comportamento e educação. A indumentária, com todos os seus adornos, parecia cumprir uma “(...) outra necessidade fundamental do homem, a de poder reconhecer a pessoa que se lhe deparava através de sinais inequívocos, de maneira a classificá-la em determinadas categorias, a que *a priori*³⁸ pudesse corresponder um seu comportamento especial, evitando portanto a ânsia intolerável da incerteza da escolha” (Sigurtá, 1975: 27). Assim, o vestuário categorizava, catalogava opções de funcionamento e de utilização das roupas, pois mais do que mero objeto-função o vestuário cumpria essa outra

³⁸ Itálico do autor

necessidade ao equacionar-se como objeto-símbolo - “ao primeiro olhar para uma série de sinais, poderia indicar-se de um desconhecido, a casta, a posição social, o próprio papel desempenhado no seio do grupo, até a profissão e a idade. Com um perfeito jogo de todas as partes, nenhum burguês ousaria no século XVIII tingir de vermelho as solas dos sapatos como faziam os nobres, nem estes jamais se permitiriam de imitar alguns pormenores do vestuário dos camponeses, por sinal naquela época tão rico de cores e decorações muitas vezes refinadas” (Sigurtá, 1975: 27-28). Portanto, parece legítimo afirmar que neste período da história, em função das roupas que os indivíduos envergavam, lhes eram associadas características de nobreza, retidão de espírito, harmonia, *status* social, etc. (Monteiro, 1997).

Poder-se-á sempre argumentar: “mudam-se os tempos, mudam-se as vontades”, o mesmo significando que nos dias correntes esta forte destriça social associada ao vestuário não se encontra tão presente como outrora. Em função de um conjunto de transformações sociais o vestuário tornou-se um elemento de composição pessoal mais acessível e até uniforme. A pirataria das marcas, como atrás o identificávamos, acaba por tornar possível o acesso, por parte das classes mais desfavorecidas, a um conjunto de bens aos quais de outra forma não poderiam aceder (Barbosa, 2008). Mas tal não significa que esta distância social não se possa ainda nos dias correntes identificar. Na verdade, talvez o sistema social hierarquizado se encontre mais articulado e dissimulado, mas as divergências e diferenciações de estilos de vida permanecem e permanecerão, porventura observando-se a principal fratura de comportamentos divergentes entre a classe que ocupa o primeiro lugar na hierarquia social e a que ocupa o último (Livolsi, 1975). Por outro lado, parece-nos que em função desta maior facilidade de aquisição, nesta maior liberdade de consumo, novas distinções se realizam, nomeadamente ao nível dos ditos padrões de bom ou mau gosto: fecham-se tipos de significação, abrem-se outros. Os indivíduos ficam assim mais expostos à sua própria capacidade de escolha, tendo que assumir a premissa da oportunidade de opção, perspectiva tanto ou mais inclusiva/exclusiva e pressionante do que a construção socialmente instituída outrora que ditava os trajes que cada um deveria, ou não, envergar em função do local, dito social, em que nascia. Já escrevia George Bernard Shaw: “a liberdade significa responsabilidade - é por isso que a maioria das pessoas a teme”.

Acreditamos que o vestuário sempre cumprirá esta outra função de diferenciação, de individualidade, pois partilhamos da premissa de que este há muito que perdeu aquela que se instituiu, nos primórdios, como a sua característica fundamental - em tempos remotos o vestuário cumpria a simples e única tarefa de proteger o homem primitivo das agressões do ambiente (Eco, 1989; in Monteiro, 1997), hoje “(...) no nosso vestuário, o que serve

realmente para cobrir (para proteger do calor ou do frio e para ocultar a nudez que a opinião pública considera vergonhosa) não supera os cinquenta por cento; (...) a distinção entre *dizer que* e *servir para*³⁹ é mínima” (*idem, ibidem*: 3-4). Como lembra Umberto Eco: “basta o exemplo da pele envergada pelo nosso homem primitivo por razões especialmente funcionais. Tinha frio e cobria-se, não há dúvida. Mas também, não há dúvida que no espaço de poucos dias depois da invenção do primeiro traje de peles, se terá criado a distinção entre os bons caçadores, munidos das suas peles, conquistadas pelo preço de uma dura luta, e outros, os inaptos, os sem-peles. E não é preciso muita imaginação para imaginar a circunstância social em que os caçadores terão envergado as peles, já não para proteger-se do frio, mas para afirmar que pertenciam à classe dominante” (Eco, 1989; in Monteiro, 1997: 4).

Umberto Eco fornece sobre a linguagem das roupas um contributo inestimável. A consideração de uma comunicação mais interativa, inventiva e manipulável, do que se poderia, à primeira vista, considerar. Linguagem visível e imediata, através da roupa realizam-se estratégias de elaboração de um código social, de uma identificação que se pretende fazer entender aos outros, funcionando como meio através do qual se ambicionam marcar “(...) posições ideológicas, segundo significados transmitidos e as formas significativas que foram escolhidas para transmitir” (Eco, 1989; in Monteiro, 1997: 5). Para este teórico, a análise relativa ao código linguístico do vestuário deveria “(...) interessar quem quer que decida viver em sociedade, ouvindo-a falar por todas as formas de que ela é capaz. Porque a sociedade, seja de que forma se constituir, ao constituir-se «fala». Fala porque se constitui e constitui-se porque começa a falar. Quem não sabe ouvi-la falar onde quer que ela fale, ainda que sem usar palavras, passa por essa sociedade às cegas: não a conhece: portanto, não pode modificá-la” (Eco, 1975: 20).

O vestuário aparece, essencialmente, relacionado e teorizado segundo essa componente de significação - como símbolo, como expressão de comportamentos e atitudes, categorizações individuais que não se deslocam dessa propriedade automaticamente visível que é a indumentária.

Os autores que acima identificamos desenvolvem uma perspetiva bastante crítica relativamente à linguagem associada ao vestuário. Uma perspetiva que se relaciona, essencialmente, com questões direcionadas para desiguais distribuições de capital (na linguagem de Bourdieu) e que, por essa via, desenvolvem distintos pontos de apropriação sociocultural do vestuário. Esta distinção, enquanto fim último, através da qual os indivíduos

³⁹ Itálicos do autor

procuram projetar pertencas de classe por via de objetos-símbolo, encontra-se ancorada numa abordagem classista. Até que ponto os jovens têm a noção de que, através do vestuário, do seu uso e manipulação, projetam para os outros pertencas sociais que são diferenciadas? Precisamente porque nos importou compreender como pode o vestuário estar associado a questões de pertença de classe distintas que se pretendem transmitir aos outros procurámos incluir, na nossa leitura da realidade empírica, questões de natureza socioprofissional com vista à identificação de pertencas sociais e a associação entre essas pertencas e a apropriação e importância do vestuário nas vivências dos jovens.

Esclarece-se com esta concetualização teórica que o vestuário funciona como instrumento privilegiado de comunicação porque objeto de sentido imediatamente perceptível nos espaços de interação social em que o indivíduo se movimenta, ajudando à construção dos papéis sociais aos quais o sujeito é chamado a desempenhar; com efeito, “(...) os significados e códigos do vestuário estão sempre em constante mudança, mas a ideia básica do vestuário e da aparência mantêm-se: a aparência é vista como um espelho do indivíduo, como um símbolo de carácter, personalidade, estatuto social (...)” (Philippe Perot, 1984; in Jesus, 2011: 31). Por outras palavras, o vestuário, intrinsecamente, não se confina à sua funcionalidade - adquire uma simbologia social, que não se desloca da posição que o indivíduo ocupa no espaço social - o “(...) vestuário adquiriu a característica identificadora de grupos, de *status*, de género, de localização geográfica, de ocupação, etc., passando a ser utilizado para construir diálogos, desafiar formas de poder, enfim, se tornar uma forma de comunicação” (Flügel, 1966; in Martins, 2009: 1). Grosso modo, podemos compreender que o vestuário adquiriu, ao longo dos tempos, um papel de destaque na sociedade permitindo uma leitura das condições sociais das quais emerge. Como resultado desta dinâmica de perceção assistimos a práticas de consumo que não se esgotam no objeto-função, mas transportam essa característica simbólica, transformando os objetos em formas de comunicação - objetos-símbolo - “(...) [assiste-se a] um consumo com base simbólica que transforma o produto num objecto capaz de agregar e de funcionar como estímulo, ajudando o indivíduo a definir o seu papel, a sua auto-imagem e, assim, obter um desempenho adequado para cada situação em que se encontra inserido, quando enverga esse produto. O consumo destes produtos cheios de representações sociais, consolida-se mais na dependência do seu significado social, do que na sua utilidade funcional” (Martins, 2009: 2).

Entendido enquanto componente do consumo o vestuário não pode deslocar-se da sua propriedade social e grupal (Monteiro, 1997). Para Gilson Monteiro quando o consumidor adquire uma dada peça de roupa adquire também toda a representação imagética de grupo que

a peça representa, mas este autor chama a atenção para a necessidade de ter em conta os dois lados desta moeda. Importa equacionar, por um lado, os desejos e gostos do consumidor e, por outro lado, toda a construção ideológica que se organiza em torno da indústria do consumo, que contribui para a idealização que o consumidor realiza do produto, assim como joga um papel importante de impulsionamento na própria divisão das necessidades e desejos (Monteiro, 1997). A principal consideração que Monteiro procura ressaltar é que a compra de uma qualquer peça de roupa não se pode identificar como um ato esvaziado de sentido. Tão pouco se pode entender que essa compra se realiza com o único e simples propósito de utilidade funcional. Este autor defende, como principal argumento teórico, que a compra envolve uma série de questões, entre as quais a consideração da importância do grupo ao qual o indivíduo pertence. Por outro lado, o autor assume que, neste processo do consumo, a publicidade adquire um papel importante contribuindo para a criação de objetos-desejo.

Num breve parêntese teórico valerá a pena introduzir, sobre a questão da importância da publicidade no ato de consumo, a perspectiva de Colin Campbell, divergente da de Monteiro. Para este teórico a publicidade não tem um papel relevante no consumo enquanto prática social.

Sumariamente, este autor argumenta que nas sociedades contemporâneas, o consumo apresenta-se como uma componente importante no próprio processo de conhecimento pessoal - daí o seu trabalho *I Shop therefore I know that I am* (Eu compro logo sei quem sou) (Barbosa, 2008). Na argumentação teórica de Campbell sobre o consumo, as palavras desejo e emoção ganham destaque, decorrentes de uma nova concepção de hedonismo - “o hedonismo moderno caracteriza-se pelo deslocamento da preocupação primordial das sensações para as emoções. O hedonismo moderno permite[nos] evocar estímulos através da imaginação e na ausência de qualquer sensação gerada a partir do mundo exterior. Esse controle ocorre através do poder de imaginação, que proporciona a ampliação das experiências agradáveis” (Barbosa, 2008: 51). Segundo Barbosa, a principal conclusão a extrair da teorização de Campbell sobre o ato de consumo remete para o facto de que “(...) se a fonte da nossa insaciabilidade por novos produtos se encontra na forma como obtemos prazer - no caso através do devaneio auto-alusivo - marketing e propaganda não possuem nenhuma influência neste processo” (Barbosa, 2008: 53).

Valeria a pena apurar até que ponto, por relação aos jovens, esta perspectiva se pode verificar. Será que podemos retirar da análise os conceitos de marketing e publicidade? Ou será caso para equacionar, tendo em conta que os *media* se afirmam como componente de socialização secundária com grande relevância nas sociedades atuais, que estes têm um papel

importante na formação de identidades consumistas, de consumidores de um determinado tipo de objetos? Não nos coube, neste trabalho, explorar e desenvolver a questão da publicidade. Não foi no âmbito dessa clarificação que desenhámos o objeto de estudo. Não obstante, partilhamos a premissa de que a publicidade se apresenta como uma ferramenta importante na construção-idealização que os indivíduos realizam dos objetos que tomam como apropriações quotidianas, sendo o vestuário um desses objetos.

Neste universo de significação que por meio do vestuário se realiza os jovens não se assumem como sujeitos alheados. Estávamos em crer que entre estes se jogam estratégias de distinção, de diferenciação, desenvolvem-se práticas construtivas de universos estilísticos de significação que se pretendem projetar para os outros. Como componente imediatamente acessível ao olhar o vestuário compromete o seu usuário, permitindo associar ao indivíduo que o transporta um conjunto de categorizações, de estereótipos, independente deste estar, ou não, disso consciente. Por outro lado, acreditávamos que o vestuário adquire grande importância no quotidiano juvenil, funcionando como fator-constrangimento, desencadeando nos jovens uma necessidade premente de agradar (aos outros), uma necessidade premente de se mostrar, em interação, a boa aparência - questão muito importante no jogo social da apresentação do eu.

Atentemos neste pequeno enxerto de um texto escrito por um jovem adolescente, no âmbito de uma disciplina escolar: *“(...) depois é escolher a roupa que é sempre outra complicação: se a camisa não liga com as calças, se o blusão não liga com a camisa, enfim uma confusão... e tudo para ficar o mais bonito possível. É uma fase completamente maluca. Com o penteado é a mesma coisa. Enfim é uma onda de grande vaidade. Mas será que, na roupa, no penteado, na escolha da música, estamos realmente a ser nós próprios ou é-se uma pessoa completamente diferente, querendo, apenas, que os outros gostem nós? Não devia ser assim, mas há casos em que uma pessoa gosta de outra, não apenas pela maneira como ela é, mas só pela maneira como se veste, como se penteia, como se apresenta. Eu, normalmente, tento ser Eu e nada mais mas, por vezes, sinto que faço coisas para agradar aos outros, coisas que por mim só nunca faria⁴⁰”* (in Relvas, 2000: 91).

Este trecho, que em tão pouco diz tanto, apresenta-se como uma importante plataforma do trabalho que desenvolvemos. Por um lado, identifica a importância que o vestuário adquire para os jovens e, por outro lado, permite também equacionar que enquanto seres sociais não vivemos isolados e, por isso, será facto que muitos dos nossos comportamentos poderão ser

⁴⁰ Itálico da autora

condicionados pelas pessoas que connosco partilham um determinado mundo de vida. Os jovens movimentam-se em universos de significação dos quais não se podem excluir, por exemplo, os amigos. Acreditávamos que as relações amicais, os grupos de amigos, assumem grande relevância nas próprias práticas de consumo e construções do estilo pessoal, que se projetam através do vestuário. Portanto, não podíamos excluir da análise a variável das relações entre iguais dado que esta poderia enformar-se como uma das mais influenciadoras no processo relativo à construção do eu, do qual o próprio vestuário não se pode desconectar.

Segundo Costa e Pires “(...) um dos pontos que pode ser observado na constituição dos grupos é o uso da moda/indumentária como símbolo de comunicação” (Costa e Pires, 2007: 53). Como esclarecem estes autores: “todas as sociedades, desde aquelas que se organizam de forma mais simples às mais complexas, possuem diferentes formas e canais de comunicação: da fala à escrita; do corpo aos gestos; das roupas, adereços e artefactos às imagens. A linguagem surge a partir da necessidade humana de se comunicar. Cada uma dessas formas de emissão/recepção de mensagens possui símbolos próprios, e assim, as mensagens que circulam só podem ser compreendidas conhecendo-se o conjunto das práticas sociais, dos valores e da percepção de mundo da sociedade que os criou” (Costa e Pires, 2007: 57). Portanto, a identificação com a cultura da sociedade, de forma geral, e com o grupo social, em particular, ocorre através de diferentes formas de comunicação como é o caso da música, da gastronomia, do estilo de vestir, etc. (Costa e Pires 2007).

Partimos para o desenvolvimento deste trabalho de investigação com a clara noção de que esta simbologia do corpo em interação que o vestuário ajuda a potenciar não passa distante dos universos de significação dos jovens - eles reconhecem a indumentária como um importante meio de significação pois para além de “(...) atuar como símbolo de comunicação, a moda/indumentária é também um dos itens de consumo dos jovens que demonstram [a] sua preocupação em estar na moda, (...) [assim como] um dos símbolos de diferenciação social” (Costa e Pires, 2007: 61).

Capítulo III - Apontamentos metodológicos

“Em suma, a questão não é colocar a pesquisa qualitativa versus a pesquisa quantitativa, não é decidir-se pela pesquisa qualitativa ou⁴¹ pela pesquisa quantitativa. A questão tem implicações de natureza prática, empírica, técnica. Considerando os recursos materiais, temporais e pessoais disponíveis para lidar com determinada pergunta científica, coloca-se para o pesquisador e para a sua equipa a tarefa de encontrar e usar a abordagem teórico-metodológica que permita, num mínimo de tempo, chegar a um resultado que melhor contribua para a compreensão do fenómeno e para o avanço do bem-estar social”.

Günther, 2006: 207

3.1 - Hipóteses teóricas, objetivos e modelo de análise

Este trabalho de investigação sociológica desenvolveu-se por meio da concetualização de um conjunto de premissas, ou hipóteses teóricas, que tomámos como base estruturante na sua elaboração prática. Assim, foi na sequência das hipóteses teóricas de trabalho que podemos proceder ao desenvolvimento dos instrumentos de recolha de informação - inquérito por questionário e entrevista semidiretiva - e também traçar as componentes teóricas, ferramentas estruturais desta dissertação de Mestrado.

Quanto às hipóteses teóricas registam-se as seguintes:

- 1ª: o vestuário é uma forma de os jovens se afirmarem perante os outros;
- 2ª: as peças de roupa que os jovens envergam permitem o acesso/bloqueio a determinado grupo;
- 3ª: os jovens vestem-se consoante o local para o qual se dirigem: na escola/local de trabalho envergam roupas mais práticas e desportivas, no bar/pub a elaboração do vestuário é mais marcada;
- 4ª: o vestuário funciona como meio através do qual se projetam pertenças de classe;
- 5ª: os jovens demarcam-se entre si consoante o estilo construído para se apresentarem em público.

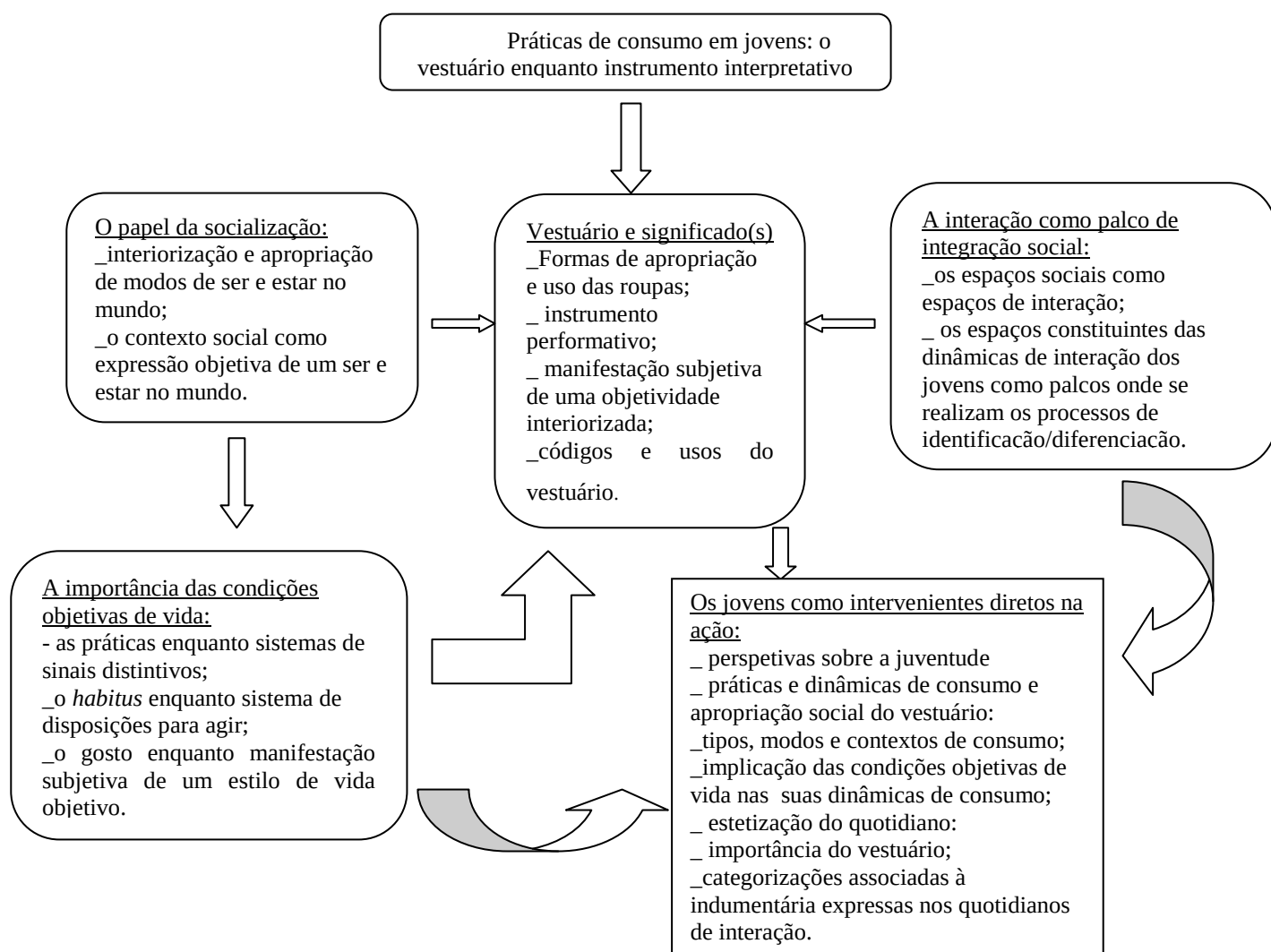
As hipóteses teóricas elencadas encontram-se desenvolvidas em função de um conjunto de objetivos por nós definidos.

Podemos destacar, inicialmente, o intuito de contribuir para o conhecimento sociológico sobre as representações e práticas de consumo de vestuário pelos jovens. Dentro deste objetivo, de carácter mais abrangente, incluem-se outros: a interpretação do sentido impresso nos objetos que medeiam as relações que os indivíduos estabelecem uns com os outros, na sua

⁴¹ Itálico do autor

vida de todos os dias - sendo que os objetos dos quais falamos são as roupas, o vestuário, ou melhor, a indumentária como objeto de sentido e de integração social; compreender formas de expressão e de interação que se desenvolvem em torno da manipulação do vestuário, entendido como significado, numa cultura que assenta cada vez mais em diversas possibilidades de individualização; compreender as representações que os jovens fazem do vestuário; averiguar se através do próprio vestuário se expressam relações de integração/exclusão num dado grupo; interpretar a objetivação real através da qual poderá o vestuário funcionar como uma extensão do *eu*; deslindar essa espécie de marca, de característica distintiva, que permite aos jovens sentirem-se próximos ou distantes de outros; compreender de que forma o vestuário poderá condicionar e estruturar as vivências dos jovens. Em suma, desvendar os reais impactos da *apresentação de si*, o sentido atribuído aos objetos - no caso o vestuário - e a forma como moldam os quotidianos dos indivíduos imprimindo significado às trocas sociais.

Figura 1: Modelo de análise



3.2 - Os caminhos da ação

Em termos das componentes concretas relativas ao processo metodológico foi nosso objetivo desenvolver este estudo no contexto social onde residimos - Vizela. A escolha desta localidade e não de outra adquire sentido pela proximidade a que nos encontramos dela, numa primeira instância. A perspetiva de estudar esta pequena cidade era aliciante; e poder, com isso, desenvolver um estudo na cidade onde habitamos, ter oportunidade de desnudar alguns aspetos que se encobrem na realidade, que tantas vezes ninguém questionará. Ora, este facto, conduz-nos a outra justificativa. Podemos em Vizela encontrar estudos sobre a realidade económica e social, estudos sobre as instituições e seus projetos mas esta identificação de aspetos que se ligam com maior profundidade aos indivíduos, pareceu-nos, ser alvo de pouca consideração.

O trabalho que pretendíamos desenvolver ao longo deste ano centrava-se numa população específica que eram os jovens. Tendo este primeiro ponto assente tornou-se necessário identificar o *locus* empírico para recolha de informação, isto é o local onde os jovens poderiam ser contactados. Para o efeito foram inicialmente pensados dois locais que poderiam funcionar como fonte de riqueza empírica: as escolas e bares/*pubs* locais. Relativamente à escola pensamos que este trabalho poderia encontrar a componente empírica numa das escolas secundárias do Concelho - a *Escola Secundária de Caldas de Vizela*. Em relação ao bar/*pub* o espaço privilegiado foi o *Fórum d'Horas*.

A escolha de uma escola secundária como local de recolha empírica resulta da perspetiva de que estes meios sociais funcionam como espaços privilegiados onde as questões de manipulação associadas ao uso do vestuário, as estratégias de *apresentação de si*, adquirirem destaque no quotidiano juvenil ordinário. Por outro lado, importa explicitar o motivo pelo qual a escolha também recaiu, como local de recolha de dados, no espaço social que poderemos definir como bar/*pub*. O objetivo desta escolha resulta da consideração de que os bares, tendo em conta os jovens como público-alvo, poderão efetivar-se como espaços favorecidos em termos do desenvolvimento de situações de interação, onde o jogo social expresso na noção de apresentação do *eu* adquire relevância fulcral. Importa notar outro aspeto que com estes locais se relaciona. Enquanto a escola se apresenta, essencialmente, como local institucional onde os jovens se encontram, obrigatoriamente, durante o dia, nos bares, as práticas sociais e interações emergentes de presenças não obrigatórias, poderão desenvolver-se quer durante o dia quer durante a noite. Neste sentido, poderia também ser relevante esmiuçar esta problemática ao nível da *apresentação de si* que os jovens,

eventualmente, realizam na passagem do dia para a noite. Estas eram as componentes iniciais da nossa ação que pretendíamos cumprir. De facto, não se tornou impossível realizá-las tal qual as havíamos planeado, embora este caminho não se tenha revelado isento de obstáculos. Confrontámo-nos, efetivamente, com a necessidade de realizar alguns ajustes que mais à frente se esclarecerão.

Aquando da definição do grupo-alvo da investigação e do local de realização da recolha de informação esclareça-se que nos reportámos a um universo de jovens cuja faixa etária a privilegiar se centrou nos 15-20 anos.

Importa, ainda, referir o(s) método(s) de recolha de informação privilegiado(s).

Na efetivação do trabalho de investigação é necessário identificar as técnicas que, no nosso caso, se afiguraram importantes para a recolha de dados empíricos. Como se sabe nenhuma problemática teórica encontra validade sem que uma correta exposição à realidade a estudar se desenvolva. Significa isto que toda a construção teórica tem que ser passível de confirmação ou infirmação, isto é, as hipóteses, anteriormente avançadas, necessitam de validade empírica. É no processo de confronto com a realidade social que as preposições teóricas se objetivam.

Ao longo deste trabalho procurámos não nos guiar apenas por uma única corrente de análise da realidade que pretendíamos estudar. Efetivamente, se é verdade que procurávamos identificar práticas e/ou tendências de consumo nos jovens através da expressão objetiva que é o vestuário, também pretendíamos identificar o sentido, as interpretações que os sujeitos realizam, e que se expressam nas situações de interação com outros. Importa, portanto, perceber que na pesquisa sociológica não existe um caminho mais certo do que o outro. A escolha por um caminho ou por outro depende, desde logo, das considerações teóricas que pretendemos percorrer e do próprio objeto que pretendemos estudar. Por outro lado, as distintas técnicas de recolha de informação - quantitativa ou qualitativa - não têm necessariamente de se apresentarem como mutuamente exclusivas, podem complementar-se, dando corpo, cada uma por seu método, a uma investigação sociológica. Por outras palavras, os métodos de recolha de informação empírica devem ser entendidos como ferramentas possíveis de análise da realidade empírica, metodologias a serem acionadas em função dos fundamentos teórico-metodológicos definidos para a ação.

Partilhamos, a este nível, da visão de Minayo e Sanches quando esclarecem: “nenhuma das duas [abordagens metodológicas], porém, é boa, no sentido de ser suficiente para a compreensão completa dessa realidade. Um bom método será sempre aquele, que permitindo uma construção correta dos dados, ajude a refletir sobre a dinâmica da teoria. Portanto, além

de apropriado ao objeto de investigação e de oferecer elementos teóricos para a análise, o método tem que ser operacionalmente exequível” (Minayo e Sanches, 1993: 239). Estes autores chamam atenção para a necessidade de se ter em conta a complexidade da realidade social - os sociólogos estudam fenómenos sociais que se organizam em inúmeras ramificações, que se desenvolvem em intrincadas e complexas relações e, nesse sentido, a mais das vezes verifica-se a necessidade de não se ficar por um ou por outro método de análise, sendo necessário a utilização de ambos, numa perspetiva de complementaridade (*idem, ibidem*). Nesta linha de pensamento, Minayo e Sanches defendem que “o conhecimento científico é sempre uma busca de articulação entre uma teoria e a realidade empírica; o método é o fio condutor para se formular essa articulação. O método tem, pois, uma função fundamental: (...) é a “própria alma do conteúdo”, como dizia Lenin (1965), e significa o próprio “caminho do pensamento”, conforme a expressão de Habermas (1987)” (Minayo e Sanches, 1993: 240).

Assim sendo, e em função do que atrás redigíamos, a técnica principal de recolha de informação empírica foi o inquérito por questionário, embora reconhecendo e tendo sempre presente a premissa de que nenhuma técnica se afigura melhor do que outra. As técnicas utilizadas devem, essencialmente, cumprir os objetivos que são identificados como suporte do trabalho de investigação e no nosso caso específico o questionário afigurava-se como a técnica mais apta a cumprir o avançado em termos de premissas de ação. Como sugerem Quivy e Campenhoudt o questionário possibilita “(...) o conhecimento de uma população enquanto tal: as suas condições e modos de vida, os seus comportamentos, os seus valores e as suas opiniões; a análise de um fenómeno social que se julga poder apreender melhor a partir de informações relativas aos indivíduos da população em questão” (Quivy e Campenhoudt, 2003: 189). Ora, na nossa perspetiva, o questionário - aplicado aos jovens que se movimentam nos espaços empíricos identificados - funcionou como meio privilegiado de acesso à informação pretendida, possibilitando a expressão de práticas de consumo de vestuário, comportamentos inerentes ao uso e manipulação da indumentária, identificação de opiniões, modos de agir, etc.

Como se compreende que um trabalho de investigação ganha tanto mais quanto se realizar através de uma estreita relação entre abordagens quantitativas e qualitativas, procurámos também realizar algumas entrevistas aos jovens como forma de aprofundar a relação/impacto que o vestuário apresenta nas dinâmicas de interação juvenis.

Por último, procedemos à técnica de observação direta nos espaços definidos para a recolha de informação, com o intuito de obter uma perceção que permitisse a captação dos

comportamentos tal qual acontecem, sem entraves - linguísticos, de tempo, de género, de idade (por parte do investigador e dos investigados) - que condicionassem as ações. A observação direta funcionou na nossa investigação como forma de ter acesso a questões não expressamente identificadas no contacto com a população; por exemplo, lançar luz sobre grupos que se formem em função do tipo de vestuário que os jovens envergarem ou, ainda, possibilitar a identificação das formas de uso/apropriação do vestuário em função do contexto social.

Identifique-se que a observação direta é uma técnica muito rica no sentido em que se apresenta ao investigador com uma certa polivalência; por exemplo, poderá ser utilizada nas etapas iniciais da investigação - perspectivada como um instrumento de apropriação exploratória da população, possibilitando, inclusivamente, uma elucidação mais clara das questões a introduzir em outros instrumentos de recolha de informação, quer estejamos a falar de entrevistas ou questionários -, poderá também ser utilizada ao longo da etapa de recolha de informação propriamente dita, como forma de aprofundar determinadas questões que tenham ficado subentendidas, ou omissas, nos restantes instrumentos utilizados. Como sugerem Quivy e Campenhoudt “as observações sociológicas incidem sobre os comportamentos dos actores, na medida em que manifestam sistemas de relações sociais (...). Neste sentido, o investigador pode estar atento ao aparecimento ou à transformação dos comportamentos, aos efeitos que eles produzem e aos contextos em que são observados” (Quivy e Campenhoudt, 2003: 196).

Sobre o procedimento de recolha de informação empírica propriamente dito registe-se inicialmente que ocorreu entre fevereiro e Abril. O procedimento amostral baseou-se na amostra de tipo intencional, ou seja os jovens foram abordados aquando da sua saída da escola, o mesmo se passando no bar - procurou-se realizar os inquéritos aos indivíduos que no momento ali se encontrassem. De forma a garantir uma maior abrangência em termos estatísticos os locais eram frequentados em horários diferenciados, valendo esta premissa essencialmente para a escola, visto que no bar procurámos obter informação preferencialmente no horário noturno, uma vez que nos importava também observar possíveis mudanças operadas na passagem do dia para a noite. Foram realizados um total de 100 inquéritos e 4 entrevistas.

Como acima referíamos não se afigurou difícil realizar esta recolha de material, eramos geralmente bem recebidos e as resistências eram poucas, mas não inexistentes. Na verdade, apesar do trabalho de terreno se realizar sem mostra de grande resistência por parte dos jovens desenvolveu-se um pequeno contratempo que tivemos de contornar. Demos conta que os

jovens quando abordados à saída da escola mostravam alguma falta de tempo para poder proceder à inquirição. Apercebemo-nos que a escola desenvolveu um sistema, desde há já algum tempo, que impossibilita os estudantes de saírem do seu interior nos horários das aulas, a menos que os pais disponibilizem autorização. Significa isto que nos intervalos das aulas eram pouquíssimos os estudantes que saíam, o que complicava o nosso trabalho. É certo que poderíamos tentar recolher os dados nos períodos de saída mas isso levantava também a questão da falta de tempo - ou porque os pais estavam à espera, ou porque tinham que “apanhar” o autocarro e o questionário era muito grande, referiam (esta é realmente a grande crítica apontada ao instrumento de recolha de dados - o facto de ser um pouco extenso).

Adivinhava-se importante resolver esta questão. A solução encontrada passou por introduzir um novo *locus* de recolha de informação. O espaço que introduzimos denomina-se *Fórum Vizela* e fica, em termos de proximidade, a escassos passos da escola secundária. Na verdade, a grande maioria da população aí inquirida era estudante na dita instituição escolar. Este espaço funcionou como um ponto importante no processo de recolha de dados, porque possibilitava que o processo se desenvolvesse de forma mais calma, visto que os jovens estavam mais disponíveis, com mais tempo.

Em suma, apesar de todo o processo de recolha de informação ter decorrido sem grandes dificuldades foi necessário reformular o *locus* de recolha de informação. Inicialmente havíamos previsto a realização dos inquéritos em dois dos espaços entendidos como componentes fundamentais dos mundos de circulação quotidiana dos jovens - a escola secundária e o bar - mas, como a realidade é complexa e nem sempre se disponibiliza a idealizações, tivemos necessidade de alargar a análise e introduzir um novo espaço - o *Fórum Vizela*.

Capítulo IV - Considerações sobre a *apresentação de si* nos quotidianos juvenis: o vestuário como expressão de sentido e de integração social

“O homem é um ser criador de símbolos, antes de ser produtor de objectos e de instrumentos”.

Fernandes, 1992: 94

4.1 -Vizela: uma pequena cidade entre o Douro e o Minho

Como ponto inicial deste 4º capítulo valerá a pena dedicar alguns apontamentos relativos à identificação dos traços gerais do local onde a recolha de dados empíricos se desenrolou.

Vizela é um Concelho do Norte do País, de pequena dimensão, constituído em 1998 após vários anos de luta e tentativas. Esta cidade faz fronteira com os Concelhos de Guimarães, Felgueiras, Lousada e Santo Tirso. Encontra-se sob a administração de Braga e está dividida em 7 Freguesias - Infias, Santa Eulália, Santo Adrião, São João das Caldas, São Miguel das Caldas, São Paio e Tagilde (Diagnóstico Social de Vizela, 2010).

Em termos populacionais os Censos 2001 davam conta do recenseamento de 22.595 habitantes no Concelho de Vizela, dos quais 11.197 são homens e 11.398 são mulheres. Comparando os dados do recenseamento de 1991 com os de 2001 é possível verificar um aumento populacional de 12,9% (Diagnóstico Social, 2004). Ao longo da década seguinte a tendência verificada apontava para um aumento da população - as estimativas do Instituto Nacional de Estatística (INE) para 2008, identificavam um crescimento populacional a atingir os 24.477 habitantes nesta região do Norte de Portugal. Os dados de 2011 confirmam a tendência evolutiva - 23.736 habitantes dos quais 49,09% são do sexo masculino e 50,91% do sexo feminino (INE, resultados dos Censos de 2011) (Anexo IV, p. 136). Note-se que apesar de se verificar um acréscimo populacional por relação à data de 2001 o mesmo não se verifica em relação ao estimado para 2008, assistindo-se, contrariamente, a um decréscimo.

A estrutura produtiva do Concelho de Vizela é essencialmente marcada pelos setores secundário e terciário. O setor secundário representava em 2008, segundo o anuário estatístico para a região do Norte, 78% das empresas com sede no Concelho (INE). O setor terciário aparece representado, na mesma data, por 22% de empresas sediadas em Vizela. Ao nível do setor secundário, domina a área têxtil e de confeção com 260 empresas, seguida pela indústria do couro e produtos de couro, destacando-se aqui o calçado (Diagnóstico Social de Vizela, 2010-2015). As indústrias metalúrgicas de base e de produtos metálicos e a empresa de pasta,

papel, cartão e seus artigos assumem também alguma relevância no sistema produtivo de Vizela (*idem, ibidem*).

O setor secundário apresenta-se como o setor predominante em termos económicos. Os censos de 2011 dão conta de um total de 6.839 indivíduos empregues neste setor de atividade, ao passo que o terciário emprega 3.974 e o primário conta com cerca de 50 indivíduos (INE – X, XII, XIV e XV Recenseamentos Gerais da População; in PORDATA). É também ao nível do setor secundário que encontramos as taxas mais elevadas em termos de vagas de empregabilidade - o Instituto do Emprego e Formação Profissional apresentava para Vizela, à data de 2012, um total de 11,2 vagas, estando disponíveis, em igual período, apenas 3,1 vagas para o setor terciário e nenhuma para o setor primário. Importa registar que esta pequena cidade não escapa àquelas que são as tendências decrescentes de empregabilidade que se verificam a nível nacional. Veja-se que em 2010, para o setor secundário, estavam disponibilizadas 30,3 vagas de emprego, número que reduziu drasticamente (IEFP).

Em termos educacionais importa registar que o Conselho de Vizela apresentava, à data de 1991, uma taxa de analfabetismo na ordem dos 10,3% (Diagnóstico Social de Vizela, 2010-2015). Em 2001, a população sem qualquer nível de escolaridade situava-se nos 7,9%, descendo em 2011 para os 5,0% (INE - X a XV Recenseamentos Gerais da População; in PORDATA). Em termos absolutos, significa que em 2001 a população sem qualquer tipo de escolarização em Vizela atingia um total de 1.537 indivíduos. Este número decresce em 2011 passando a assumir um total de 1.062 indivíduos sem instrução (*idem, ibidem*). Não obstante esta descida, sendo esta uma pequena cidade, o número de pessoas que não possuem qualquer tipo de escolarização é, ainda assim, elevado. O Concelho tem acompanhado a tendência observada a nível nacional no sentido do incremento da escolarização, embora seja importante registar que, em termos gerais, a população de Vizela apresenta ainda um nível baixo de instrução (Diagnóstico Social de Vizela, 2010-2015).

Esta é uma cidade pequena, mas é possível observar as dinâmicas e a efervescência que nela também se vive. Não deixa de ser uma cidade que, como as outras, reflete as tendências gerais que se vivem em termos económicos e culturais.

4.2 - Apresentação e discussão dos resultados obtidos

Todo o trabalho acima apresentado poderá ser entendido como uma das duas partes que compõem este trabalho de dissertação. A teoria funcionou como guia para ação pois foi nela que clarificámos todos os princípios teóricos de análise da realidade em estudo. Mas, como

outras vezes fomos referindo, as hipóteses teóricas que tomamos como princípios de ação necessitam de ser confrontadas com a realidade, com vista à sua confirmação ou infirmação. Este capítulo é o resultado desse confronto com a realidade que escolhemos estudar no sentido de identificar e clarificar práticas e dinâmicas juvenis, relacionadas com o uso e apropriação do vestuário.

4.2.1- Principais tendências económicas e sociais relativas à população inquirida

Num primeiro momento de explicitação dos resultados empíricos será importante dar conta daquelas que são as características gerais da nossa amostra.

De entre as particularidades dos inquiridos importa registar que a amostra se constitui, maioritariamente, por população feminina - cerca de 60% inquiridos do sexo feminino e 40% do sexo masculino com idades compreendidas entre os 15 e os 20 anos. Apesar de todas as idades incluídas na escala que havíamos determinado terem sido contempladas, o grupo etário prevalecido localiza-se nos dezasseis anos - 27% no total da amostra. A população inquirida é também, maioritariamente, residente na cidade de Vizela - cerca de 63% - ainda que se conte um número significativo de jovens residentes nos territórios circundantes (Anexo VI, p. 136). Por outro lado, no que se refere ao perfil social, os jovens inquiridos inserem-se essencialmente na categoria de estudante (91%), contando-se um total de 6% na categoria de trabalhador e 2% na categoria de trabalhador/estudante (Anexo VII, p. 136).

Quadro nº 4.1 - Sexo dos inquiridos

Sexo dos inquiridos	“n”	(%)
Feminino	60	60,0
Masculino	40	40,0
Total	100	100,0

N=100

Quadro nº 4.2 - Idade dos inquiridos

Idade dos inquiridos	“n”	(%)
15 anos	20	20,0
16 anos	27	27,0
17 anos	19	19,0
18 anos	15	15,0
19 anos	9	9,0
20 anos	10	10,0
Total	100	100,0
Média	16,96	
Moda	16	

N=100

Uma vez identificadas aquelas que são as especificidades fundamentais da amostra, em termos da caracterização dos indivíduos inquiridos, importa identificar as grandes tendências relativas aos contextos familiares dos quais são provenientes. Lembremos que falamos de uma população essencialmente estudantil e, mesmo de entre os que são trabalhadores, verifica-se em todos os casos a coabitação com os progenitores, sendo todos os indivíduos da amostra solteiros (Anexo XI, p. 138).

Em termos da caracterização familiar registe-se que se trata de uma população juvenil cujos pais se situam, em termos etários, na categoria dos 41-45 anos, com uma percentagem do lado paterno de 38% e do lado materno de 39%. As percentagens mais baixas localizam-se ao nível da categoria dos 35-40 anos (14% para os pais e 27% para as mães), registando-se números bastante reduzidos nas categorias dos 51-55 anos (18% dos pais, 7% das mães), dos 56-60 anos (2% dos pais, 1% das mães) e dos 61-65 anos (registando-se aqui apenas um progenitor) (Anexo XII, p. 138).

Quanto à escolarização estamos perante uma população que, claramente, se situa ao nível do primeiro ciclo do ensino básico. De facto, de entre os 100 inquiridos são poucos os pais que registam taxas de escolarização acima do sexto ano. De resto, estes valores vêm confirmar o que havíamos já avançado, aquando da caracterização do Concelho de Vizela. A população Vizelense apresenta baixos níveis de escolarização e, como registámos, tendo em conta a extensão do Concelho, o número de população sem qualquer escolaridade é ainda significativo. Recorde-se o número de 1.147 indivíduos sem qualquer tipo de escolarização avançado pelo Instituto Nacional de Estatística com base nos censos de 2011.

Voltando à nossa amostra são cerca de 42% os pais e 40% as mães dos inquiridos que cumpriram o 1º ciclo do ensino básico. Já o segundo ciclo é atingido por 32% dos pais e 29% das mães. Os níveis de ensino superiores registam valores minoritários, decrescendo à medida que subimos no nível de escolaridade. Assim, o ensino secundário regista apenas o valor de 12% para os pais e 10% para as mães, verificando-se apenas uma ocorrência ao nível do ensino superior, mais exatamente na frequência de Mestrado.

Quadro nº 4.3 - Grau de escolaridade dos pais

Grau de escolaridade dos pais	Pai		Mãe	
	“n”	(%)	“n”	(%)
Não sabe ler nem escrever	0	0,0	0	0,0
Sabe ler e escrever mas sem grau de ensino	0	0,0	0	0,0
1º Ciclo do ensino básico	42	42,0	40	40,0
2º Ciclo do ensino básico	32	32,0	29	29,0
3º Ciclo do ensino básico	14	14,0	20	20,0
Ensino Secundário	12	12,0	10	10,0
Bacharelato	0	0,0	0	0,0
Licenciatura	0	0,0	0	0,0
Pós - Graduação	0	0,0	0	0,0
Mestrado	0	0,0	1	1,0
Doutoramento	0	0,0	0	0,0
Outra: qual?	0	0,0	0	0,0
Total	100	100,0	100	100,0

N=100

Como principal condição perante o trabalho dos progenitores regista-se o trabalho - 93% dos pais e 82% das mães exercem atividade profissional. Quanto à situação na profissão, a grande maioria dos progenitores apresenta a situação de assalariado - 77% para os pais e 86,2% para as mães.

Quadro nº 4.4 - Condição perante o trabalho dos pais

Condição perante o trabalho dos pais	Pai		Mãe	
	“n”	(%)	“n”	(%)
Exerce profissão/trabalha	93	93,0	82	82,0
Ocupa-se exclusivamente das tarefas do lar	0	0,0	6	6,0
Incapacitado permanente perante o trabalho	2	2,0	0	0,0
Desempregado	4	4,0	12	12,0
Reformado	1	1,0	0	0,0
Outra: Qual?	0	0	0	0,0
Total	100	100,0	100	100,0

N=100

Quadro nº 4.5 - Situação perante o trabalho dos pais

Situação na profissão	Pai		Mãe	
	“n”	(%)	“n”	(%)
Patrão	7	7,0	4	4,3
Trabalhador por conta própria com trabalhadores	12	12,0	4	4,3
Trabalhador por conta própria sem trabalhadores	4	4,0	5	5,3
Trabalhador por conta de outrem	77	77,0	81	86,2
Outra: qual?	0	0,0	0	0
Total	100	100,0	94	100,0

N=100

Importa ainda anotar como características familiares que estamos perante uma população cujos pais se inscrevem, em termos profissionais, no grande grupo 7 da Classificação Portuguesa das Profissões - Trabalhadores qualificados da indústria, construção e artífices. Com efeito, 69% dos pais e 70% das mães exercem uma profissão que se inscreve neste grupo profissional. Regista-se, em segundo lugar, o grande grupo profissional do pessoal dos serviços, proteção, segurança e vendedores - 9% dos pais e 16% das mães encontram-se inseridos neste grupo profissional (Anexo XV, p. 140). Estes valores acabam por traduzir a tendência, em termos produtivos, que em Vizela se regista. Como atrás avançávamos, o setor secundário afirma-se como principal empregador do Concelho.

Sobre o lugar de classe de família dos inquiridos registam-se os valores mais elevados ao nível do Operariado Industrial (OI) com 40% de percentagem no total da amostra, seguido pela Pequena Burguesia Técnica e de Enquadramento Intermédio (PBTEI) e pela Pequena Burguesia Proprietária e Assalariada (PBPA), com percentagens de 16 e 12%, respetivamente.

Quadro nº 4.6 - Lugar de classe dos inquiridos, dos pais e lugar de classe de família

	Lugar de classe do inquirido		Lugar de classe do pai		Lugar de classe da mãe		Lugar de classe de família	
Lugar de classe	“n”	(%)	“n”	(%)	“n”	(%)	“n”	(%)
BEP	5	5,0	7	7,0	5	5,0	5	5,0
BD	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
BP	2	2,0	2	2,0	0	0,0	2	2,0
BDP	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
PBIC	0	0,0	0	0,0	1	1,0	0	0,0
PBTEI	16	16,0	12	12,0	6	6,0	16	16,0
PBIP	5	5,0	13	13,0	14	14,0	6	6,0
PBA	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
PBPA	13	13,0	0	0,0	0	0,0	12	12,0
PBAP	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
PBE	5	5,0	9	9,0	18	18,0	5	5,0
PBEP	5	5,0	0	0,0	0	0,0	5	5,0
OI	40	40,0	55	55,0	56	56,0	40	40,0
OA	0	0,0	2	2	0	0,0	0	0,0
OIA	1	1,0	0	0	0	0,0	1	1,0
OP	8	8,0	0	0	0	0,0	8	8,0
Total	100	100,0	100	100,0	100	100,0	100	100,0

N=100

A consideração do lugar de classe de origem apresenta-se de grande importância neste trabalho - pelo que à indicação das grandes tendências da amostra não poderia faltar esta constatação. Face à própria construção teórica que acima identificámos compreende-se que o local, dito social, onde nascemos e nos desenvolvemos apresenta-se de importância fulcral nas práticas, pensamentos e ações que em contacto com a realidade vamos desenvolvendo. Na verdade, a pertença a uma dada classe social, tende a organizar grande parte da nossa experiência de apropriação do mundo (Lahire, 2011), sendo estas diferenciações extensivas às dinâmicas de *apresentação de si*.

Lahire apresenta um contributo importante a este nível, direcionando a nossa atenção para a *ordem desigual das coisas* (*idem, ibidem*). Segundo este autor, uma ordem desigual impõem-se, de forma objetiva, sobretudo às novas gerações. Vivemos, e tal não podemos contestar, em sociedades profundamente desiguais - os indivíduos possuem recursos bastante diferenciados para jogar o jogo social, manifestos em diferenças objetivas de foro económico, cultural, educacional. É certo também que quanto mais enraizadas nas histórias estas diferenciações estiverem mais difícil será colocar essa diferença em questão (Lahire, 2011). A sociedade apresenta-se ao indivíduo como um todo organizado de sentido que este aprende a não questionar, porque legitimado, objetivado, tangível. Como explica este autor “o carácter

historicamente construído das desigualdades não implica que a sua desconstrução seja uma operação fácil” (Lahire, 2011: 14). Lahire salienta que é na família que os termos do possível e do impossível começam a definir-se - mais do que práticas resultantes de suma vontade individual, as experiências sociais serão, essencialmente, definidas em função de possibilidades de ação que se manifestam “(...) na vida quotidiana de muitas maneiras e geram nos actores das instituições um conjunto de práticas sobre o que lhes parece normal ou anormal, possível ou impossível, razoável ou não de fazer, de visar ou de esperar” (*idem, ibidem*: 14).

Então, das restantes conclusões que seguidamente registamos não poderemos dissociar o facto de que a grande percentagem da população jovem se inscreve dentro do circuito familiar relativo ao lugar de classe do Operariado Industrial e que essa realidade objetiva, necessariamente, contribui e influencia a leitura, as expressões, os significados, as práticas e representações assumidas pelos inquiridos. Assim como não podemos perder de vista que as práticas e interpretações aqui registadas não se desvinculam da evidência destes jovens viverem num meio social que se afirma de pequena dimensão, onde as ações remetem para quotidianos de proximidade e conhecimento. Como escreve Sofia Silva, “as culturas juvenis locais são o resultado de aproximações e distanciamentos que os/as jovens nos seus contextos realizam (...). Argumenta-se que as identidades culturais juvenis para além de, cada vez mais, serem moldadas de acordo com tendências que se tornam globais rapidamente, são ainda influenciadas pela pertença ao local, à comunidade e às condições socioeconómicas” (Silva, 2010: 295).

4.2.2 - Os jovens definidos pelas suas palavras

Havíamos já anteriormente clarificado quais as razões que nos levaram a orientar este estudo para os jovens. Se, por um lado, fazia sentido aliar o estudo de práticas de consumo de vestuário aos jovens, na medida em que se afiguram como uma das faixas etárias mais direccionadas para esta questão, por outro lado, interessava-nos também poder contribuir para um aprofundamento relativo aos traços e dinâmicas que na atualidade povoam os universos juvenis. Ouvir a sua linguagem, observar os seus comportamentos e práticas e perceber formas de conduta e de ação. Neste sentido, procurámos introduzir na nossa análise questões que cumprissem o propósito de proporcionar aos entrevistados a oportunidade de esclarecer o que entendem por juventude. As respostas, bastante similares entre si, não deixam de revelar aquilo que inicialmente suspeitávamos. Os jovens que entrevistámos referem, essencialmente,

que ser jovem é ser livre, ter oportunidade para aproveitar a vida, encontrar-se livre dos complexos problemas que afligem as gerações mais velhas - terão, segundo eles, tempo para se ocuparem com essas questões complexas, logo mais, quando forem mais velhos. A juventude é então principalmente definida em função da palavra liberdade, sem dúvida a mais pronunciada quando questionados sobre o que significa este ser e sentir jovem.

“Bem ser jovem é... estudar, principalmente é estudar e sei lá... não ter tantas responsabilidades, pronto nós não temos que pagar nada, temos o miminho dos pais, (...) e também temos alguma liberdade” (Raquel, 16 anos)⁴².

“Eu acho que ser jovem é ser livre, pronto não ter tantas responsabilidades” (Carolina, 17 anos).

Esta liberdade reivindicada é também a principal característica que apontam como diferença entre o ser jovem nos dias correntes e sê-lo na geração dos seus pais. Acreditam, assim lhes contam, que os tempos idos eram significativamente distintos, vivendo-se práticas mais fechadas de interação, maior controlo entre as gerações, etc.. Então, esta liberdade conquistada acaba por ser um das mais importantes aquisições, porque lhes permite desenvolver práticas que em outros tempos seriam impensadas - por exemplo, as saídas noturnas para as discotecas com os amigos.

“A liberdade que se dá agora, dá-se muito mais liberdade agora do que se dava há uns anos atrás. Eu acho que sim, agora, por exemplo, vejo muita gente nova numa discoteca, antigamente aos dezasseis já era até às onze da noite e (...) a mãe do meu avô já foi muito liberal, porque senão horas para estar em casa eram horas para estar em casa” (Raquel, 16 anos).

Ainda como principais diferenças apontadas entre as práticas da sua geração e a dos seus pais, ou avós, referem a educação dos filhos e o próprio uso do vestuário, isto é, a *apresentação de si*. Salientam que hoje os pais atribuem aos filhos outro papel, um papel que não era reconhecido em tempos idos - por exemplo, uma maior capacidade interventiva dos jovens nas questões familiares que se relacionam diretamente com eles. Quanto ao vestuário as dinâmicas de *apresentação de si* eram também diferenciadas. Hoje, o vestuário apresenta traços de maior liberdade de experimentação - quase tudo é permitido - o que não acontecia outrora.

“[em termos de] (...) educação os pais preocupam-se mais com a educação dos filhos (...) mas também são outros tempos agora, antigamente... agora também se vivem algumas dificuldades, certo? Mas antigamente as pessoas tinham os filhos... (...) por exemplo, a maior parte dos pais trabalhavam na agricultura (...) então os filhos serviam para continuar os seus trabalhos (...).” (Raquel, 16 anos).

⁴² Todos os nomes atribuídos aos entrevistados são ficcionados

“O modo de vestir também é diferente. Segundo a minha irmã eles não se podiam vestir assim como nós, de forma mais liberta”.

Entrevistadora: *“Mais extravagante?”*

Entrevistada: *“Sim, sim, eles naquela altura segundo o que a minha irmã me diz eles não usavam assim muitas saias curtinhas como nós agora usamos, nem calções, nem as camisas amarradas”* (Ana, 17anos).

Estes pequenos trechos permitem-nos constatar como os mais jovens percecionam estas diferenças de sentir e viver a juventude; eles entendem que vivem uma atualidade na qual os jovens têm um papel mais ativo, onde os jovens se tornam mais dinâmicos, mais integrantes nas relações familiares. Contudo, quando questionados sobre a sua opinião relativamente à forma como os adultos veem os jovens, reconhecem que estes têm dificuldade de entendê-los. A imagem que constroem é que os adultos têm muito mais em conta as diferenças significativas que entre as gerações se desenvolvem do que as semelhanças.

“Agora os adultos é assim...ai os jovens de hoje em dia não fazem nada...principalmente (...) e também têm pena de nós, porque acho que cada vez mais eles estão a ver que os jovens não têm futuro nenhum... por causa da crise” (Raquel, 16 anos).

“Eu acho que eles pensam que nós somos uns irresponsáveis (...) nós não somos assim tão irresponsáveis, nós pensamos naquilo que fazemos (...) claro que há jovens e jovens, nós não somos todos iguais” (Carolina, 17 anos).

“Eu acho que os adultos nos criticam muito porque não compreendem o nosso ponto de vista, eu acho que é mesmo isso” (Ana, 17 anos).

Como acima identificávamos aquando da construção teórica relativa à problemática da juventude, na sociedade parece ainda prevalecer uma visão pessimista relativa aos jovens e às suas dinâmicas. Por um lado, as gerações mais velhas tendem a importar as características apresentadas pelos jovens para traços assentes em questões de ociosidade e futilidade, por outro lado, as gerações mais novas, rejeitam esta catalogação - rejeitam que as preocupações com o corpo e com a imagem pessoal, ou a importância que os tempos livres adquirem no quotidiano juvenil, sejam reveladoras destes epítetos que lhes apontam (Ferreira, 1998). A este respeito, Vítor Sérgio Ferreira argumenta que “(...) o reconhecimento da importância central que as dimensões da ludicidade, da imagem e do prazer tem na sua vivência quotidiana, não os faz [aos jovens] adotar uma atitude de rejeição ou de indiferença face aos valores do dinheiro, do trabalho e da educação formal. Daí que tendam a recusar, maioritariamente, a existência de diferenças importantes nas valorações destes planos em relação às gerações anteriores” (Ferreira, 1998: 172).

Segundo o autor, o que poderá estar a ocorrer na sociedade Portuguesa, como de resto mais cedo se verificou noutras cidades ocidentais, é um processo de transição, de transformação simbólico-ideológica ao nível das perceções sobre a sexualidade, o trabalho, os

tempos livres, etc. Por outras palavras, mais do que afirmar que os jovens atribuem menos valor ao dinheiro, ou mesmo ao trabalho (valores importantes para as gerações mais velhas), trata-se de dar conta de que estes valores estão presentes nas gerações mais novas, tal qual estão nas mais velhas - as formas como estes valores se expressam é que são, elas sim, diferenciadas. Trata-se, portanto, de “(...) uma renovação nos modos de as valorizar, traduzida em novas atitudes face ao dinheiro, ao trabalho e à educação (...) tais dimensões vêm perdendo, com o tempo, a natureza materialista e de obrigatoriedade de que eram revestidas, readquirindo conteúdos de carácter mais expressivo, associado à realização pessoal e social” (Ferreira, 1998: 172-173).

4.2.3 - Práticas de consumo de vestuário em jovens

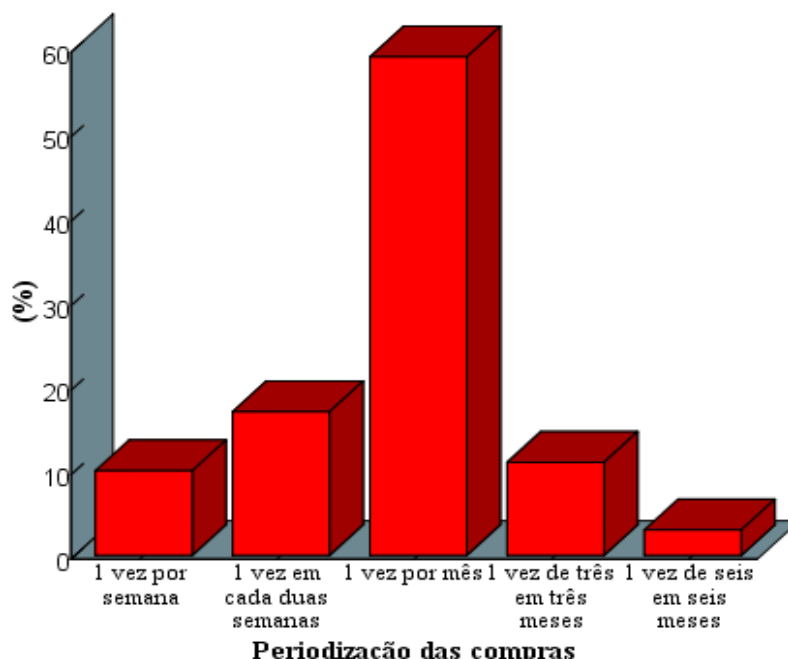
Os jovens têm-se afirmado como um dos grupos de grande importância ao nível dos consumos (Ritzer, 2000; Miles, 2003). Neste sentido, o consumo surge como um dos pontos de interesse crescente entre as várias ciências, na medida em que contribui para o aprofundamento das questões relativas a este grupo social. Como argumenta Miles, o estudo dos jovens enquanto consumidores organiza-se e inscreve-se mais numa perspetiva de equacionamento dos constrangimentos estruturais da sua experiência subjetiva e objetiva do que na mera expressão de posse, ou não, de uma liberdade cultural (Miles, 2003). Miles argumenta que o consumo é em muitos sentidos a *mistycal being* (Miles, 2003: 174). Esclarece que nas nossas sociedades o consumo assume uma importância fulcral: consumir é pertencer, é justificar a nossa pertença, a nossa ligação às sociedades contemporâneas (Urry, 1990; in Miles, 2003). Consumir nas sociedades atuais surge como ato representado de uma pertença social, como componente importante no processo de integração, aliando a pertença social à capacidade estilizada que através do consumo a sociedade recria e constrói - “o consumo é tão importante para os jovens precisamente pela sua ávida preocupação em pertencer à sociedade, e o consumismo representa a primeira maneira de fazê-lo”⁴³ (Miles, 2003: 174).

O estudo que realizamos sobre o consumo de vestuário em jovens permite constatar, desde logo, que para estes jovens o consumo se apresenta como uma prática bastante instituída. As idas às compras para adquirir vestuário desenvolvem-se com alguma frequência (Anexo XVII, p. 141). De facto, grande parte da população juvenil inquirida - 59% - afirma

⁴³ Tradução nossa

que vai às compras com o objetivo de adquirir vestuário uma vez por mês. É possível também constatar uma significativa percentagem de indivíduos que afirma ir às compras para adquirir vestuário uma vez em cada duas semanas - 17% no total da amostra.

Gráfico nº 4.1 - Periodização das idas às compras para adquirir vestuário pelos jovens



N=100

Estes dados acabam por corroborar o que acima havíamos indicado sobre a importância do consumo para os jovens. A possibilidade de consumir acaba por se manifestar como forma de pertença a uma sociedade que, como inicialmente escrevíamos, se afirma, para vários autores, como *sociedade de consumo* (Barbosa, 2008).

Com o objetivo de identificar possíveis diferenças na periodização das compras em função dos lugares de classe de família, colocamos estas duas variáveis em relação. Esta operação foi desenvolvida tendo em conta a consideração teórica que tomamos por base neste trabalho e que, continuamente, a relembramos - as práticas de consumo que os jovens desenvolvem não se deslocam de fatores estruturais de natureza complexa, sendo o lugar de classe um desses fatores. Como se esclareceu, é ao nível da posição no espaço social que se desenvolve o universo de possibilidades da ação individual. Como escreve Magalhães “daqui [da posição objetiva do sujeito no espaço social] são possíveis, por conseguinte, de decorrer automatismos, independentemente de uma tomada de consciência, mas inerentes à posição

que o agente social ocupa no espaço social e da qual lhe advém uma certa forma de pensar, sentir e agir. É esta, então, a razão imanente à emergência das práticas sociais e subjacente a estilos de vida diferentes inscritos no tecido social, comportando todo o tipo de práticas, gostos e hábitos que faz criar uma modalidade específica de vivência social” (Magalhães, 2010: 40).

De entre os lugares de classe que estão considerados na amostra é possível verificar que as percentagens mais elevadas se localizam na categoria da ida às compras para adquirir vestuário uma vez por mês - 59 inquiridos no total da amostra - seguida pela categoria da ida às compras para adquirir vestuário uma vez em cada duas semanas - 17 inquiridos no total. Esmiuchando estes resultados constata-se, ao nível da categoria das idas às compras para adquirir vestuário uma vez por semana, que são os inquiridos pertencentes ao Operariado Industrial (OI) os que aqui têm mais expressividade, contando-se a frequência de 5 inquiridos. Por outro lado, é possível verificar que são também os inquiridos pertencentes a este lugar de classe os que se distribuem de forma mais equilibrada por todas as categorias relativas à variável periodicidade das idas às compras. Quanto a uma periodicidade de ida às compras mais longa no tempo - uma vez de seis em seis meses - os resultados identificados surgem associados à PBIP (Pequena Burguesia Independente e Proprietária) à PBPA (Pequena Burguesia Proprietária e Assalariada) e ao OI (Operariado Industrial) - 1 caso em cada um destes lugares de classe.

Quanto à expressividade estatística da variável lugar de classe de família, em termos de distribuição percentual pelas categorias da variável periodicidade das idas às compras, identifica-se que são os inquiridos pertencentes à Burguesia Empresarial e Proprietária (BEP) juntamente com os inquiridos pertencentes à Pequena Burguesia de Execução (PBE) os que vão às compras para adquirir vestuário com uma periodicidade mais curta no tempo - 20% dos inquiridos realizam esta prática de consumo uma vez por semana tendo em conta que cada uma totaliza 5% - ou seja 5 inquiridos - no total da amostra. De entre as percentagens mais baixas o destaque vai para a Pequena Burguesia Técnica e de Enquadramento Intermédio (PBTEI) - 6,3% dos inquiridos inscritos neste lugar de classe vão às compras para adquirir vestuário 1 vez por semana - e para a Pequena Burguesia Proprietária e Assalariada com 8,3% de percentagem nesta categoria de análise. Por outro lado, em termos da sua expressão estatística - 40% no total amostral - está a classe social do Operariado Industrial (OI) contando apenas 2,5% de percentagem na categoria das idas às compras uma vez de seis em seis meses.

Quadro nº 4.7 - Lugar de classe de família por periodicidade das idas às compras

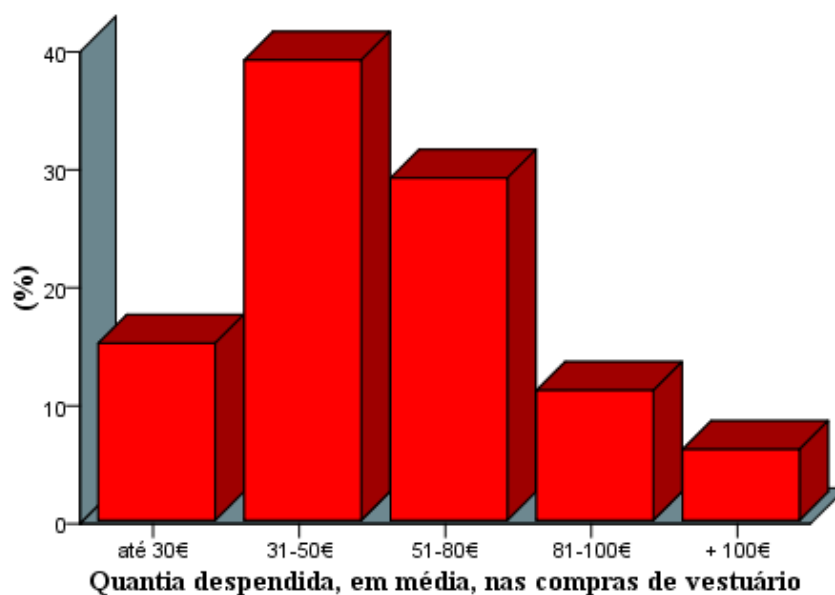
			Periodicidade das idas às compras para adquirir vestuário												
				1 vez por semana		1 vez em cada duas semanas		1 vez por mês		1 vez de três em três meses		1 vez de seis em seis meses		1 vez por ano	
			Total	“n”	(%)	“n”	(%)	“n”	(%)	“n”	(%)	“n”	(%)	“n”	(%)
Lugar de classe de família Categorias	BEP	5	1	20,0	1	20,0	2	40,0	1	20,0	0	0,0	0	0,0	100,0
	BD	0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	100,0
	BP	2	0	0,0	0	0,0	2	100,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	100,0
	BDP	0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	100,0
	PBIC	0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	100,0
	PBTEI	16	1	6,3	3	18,8	9	56,3	3	18,8	0	0,0	0	0,0	100,0
	PBIP	6	1	16,7	0	0,0	4	66,7	0	0,0	1	16,7	0	0,0	100,0
	PBA	0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	100,0
	PBPA	12	1	8,3	2	16,7	6	50,0	2	16,7	1	8,3	0	0,0	100,0
	PBAP	0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	100,0
	PBE	5	1	20,0	1	20,0	3	60,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	100,0
	PBEP	5	0	0,0	1	20,0	3	60,0	1	20,0	0	0,0	0	0,0	100,0
	OI	40	5	12,5	7	17,5	24	60,0	3	7,5	1	2,5	0	0,0	100,0
	OA	0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	100,0
	OIA	1	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	100,0	0	0,0	0	0,0	100,0
OP	8	0	0,0	2	25,0	6	75,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	100,0	
Total		100	10	10,0	17	17,0	59	59,0	11	11,0	3	3,0	0	0,0	100,0

N=100

Como principais companhias no momento de realizar as suas compras de vestuário surge com grande destaque a figura materna - 54% da população inquirida realiza as suas compras na companhia da mãe (Anexo XVIII, p. 141). Não podemos a este nível esquecer que falamos de uma franja populacional de estudantes situando-se a grande maioria entre os 15 e 17 anos. Os pais funcionam assim como peças fundamentais no ato de consumo.

Quanto às quantias monetárias que, em média, os jovens despendem nas compras de vestuário os resultados indicam uma clara vantagem ao nível da quantia situada entre os 31-50€. De facto, 39% da população inquirida afirma que numa ida às compras para adquirir vestuário gasta, em média, entre 31-50€. Com uma percentagem menos elevada, mas ainda assim significativa, está a categoria relativa ao valor 51-80€ - 29% dos jovens referem gastar nas compras de vestuário valores que se situam dentro desta referência. De entre a população juvenil que despende mais de +100€ nas suas compras de vestuário é possível verificar que estão associados, em termos de lugar de classe de família, à BEP (Burguesia Empresarial e Proprietária) (120€), à BP (Burguesia Profissional) (200€), à PBTEI (Pequena Burguesia Técnica e de Enquadramento Intermédio) (130€ e 200€), à PBPA (Pequena Burguesia Proprietária e Assalariada) (110€) e à PBE (Pequena Burguesia de Execução) (150€) (Anexo XIX, p.142).

Gráfico nº 4.2 - Quantia despendida, em média, pelos jovens numa ida às compras para adquirir vestuário



N=100

Uma análise mais fina aos resultados permite identificar diferenças importantes ao nível das percentagens da quantia gasta em compras. Comparando a variável situação na profissão do pai com a média monetária despendida numa ida às compras para adquirir vestuário é possível constatar que é ao nível da categoria dos patrões que se verificam os resultados mais uniformes na comparação com cada uma das categorias associadas à variável dinheiro gasto em compras de vestuário - de entre o total da população inquirida cujos pais são patrões registam-se os valores mais elevados nas categorias 51-80€ e 81-100€. Por outro lado, ao nível da categoria dos trabalhadores por conta de outrem a percentagem mais elevada situa-se na interseção com a categoria dos 31-50€ gastos, em média, numa ida às compras. Os valores percentuais ao nível da categoria dos trabalhadores por conta de outrem vão diminuindo à medida que aumenta a escala relativa à quantidade monetária despendida em compras de vestuário.

Numa outra situação de interação entre variáveis - dimensão do agregado doméstico por dinheiro gasto, em média, numa ida às compras - observam-se também padrões de diferenciação importantes. É possível notar que, de entre as famílias reduzidas, verifica-se uma distribuição mais uniforme e estabilizada na interseção com as categorias compósitas da variável dinheiro gasto em compras - registando-se as percentagens mais elevadas ao nível da interação com a categoria dos 31-50€ (37,8%) e dos 51-80€ (32,4%). A mesma leitura pode ser realizada ao nível das famílias medianas, registando-se aqui valores percentuais de 40,9% e 22,7%, respetivamente. Por outro lado, ao nível das famílias numerosas, os resultados mais elevados surgem associados à primeira (até 30€) e à segunda categoria (31-50€) da variável dinheiro gasto, em média, numa ida às compras para adquirir vestuário - ambas com 50% de percentagem. Não se registam, portanto, valores associados às categorias mais elevadas desta última variável.

Quadro nº 4.8 - Situação na profissão do pai por quantia despendida, em média, numa ida às compras para adquirir vestuário

		Quantia despendida, em média, numa ida às compras para adquirir vestuário (%)						Total
		Total	Até 30€	31-50€	51-80€	81-100€	+ 100€	
Situação na profissão do pai	Patrão	7,0	14,3	14,3	28,6	28,6	14,3	100,0
	Trabalhador por conta própria com trabalhadores	12,0	8,3	16,7	58,3	8,3	8,3	100,0
	Trabalhador por conta própria sem trabalhadores	4,0	25,0	0,0	25,0	0,0	50,0	100,0
	Trabalhador por conta de outrem	77,0	15,6	46,8	24,7	10,4	2,6	100,0
	Outra: Qual?	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0
Total		100,0	15,0	39,0	29,0	11,0	6,0	100,0

N=100

Quadro nº 4.9 - Dimensão do agregado familiar por quantia despendida, em média, numa ida às compras para adquirir vestuário

		Total	Quantia despendida, em média, numa ida às compras para adquirir vestuário (%)					Total
			Até 30€	31-50€	51-80€	81-100€	+ 100€	
Dimensão do agregado familiar	Isolados	1,0	0,0	100,0	0,0	0,0	0,0	100,0
	Famílias reduzidas	74,0	14,9	37,8	32,4	12,2	2,7	100,0
	Famílias medianas	22,0	13,6	40,9	22,7	9,1	13,6	100,0
	Famílias numerosas	2,0	50,0	50,0	0,0	0,0	0,0	100,0
	Sem informação	1,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0
Total		100,0	15,2	39,4	29,3	11,1	5,1	100,0

N=100

Fonte: Mário Leston Bandeira – Demografia e Modernidade: família e transição demográfica em Portugal

Mais uma vez, estes resultados parecem dar conta de como as situações estruturais de existência influenciam as práticas sociais que os sujeitos desenvolvem. As práticas de consumo de vestuário dos jovens realizam-se segundo determinados padrões de liberdade e a situação na profissão do pai, ou mesmo a dimensão do agregado familiar, aparecem como possibilidades/constrangimentos da ação. Então, o consumo enquanto estudo das dinâmicas de apropriação objetiva dos jovens, no caso expressas na relação com o vestuário, ao facultar a identificação das possibilidades estilísticas das ações juvenis proporciona, também, a compreensão desses elementos estruturais, tão objetivos como subjetivos, de apropriação da realidade social. Como esclarece Miles, “o consumo dos jovens relaciona-se com condições estruturais que inevitavelmente incidem sobre o seu sentimento de liberdade”⁴⁴ (Miles, 2003:

⁴⁴ Tradução nossa

176). Também Bourdieu alerta para o facto de que a prática não se desloca da condição que a construiu e esta limita-a duplamente confrangendo-a “(...) pelos limites materiais que ela impõe à sua prática e pelos limites que impõe ao seu pensamento, logo à sua prática, e que lhe fazem aceitar e até amar esses limites” (Bourdieu, 2010: 366).

As compras são essencialmente realizadas no centro comercial - com 72% de percentagem no total da amostra (Anexo XX, p. 142). As peças de vestuário mais adquiridas são as camisolas - 41%, seguidas pelas calças com 24% de percentagem no total da amostra. Com percentagens reduzidas estão as peças de vestuário como os vestidos (5%) e os calções/shorts (2%) (Anexo XXI, p. 143). Questionados sobre o porquê de adquirirem esta ou aquela peça de vestuário com mais frequência as principais respostas situam-se na ordem do gosto, assim como ao nível dos conceitos de utilização e funcionalidade - “é o que mais gosto”; “é a peça que mais utilizo, que faz mais falta” - contam-se aqui 45 e 43 respostas respetivamente, no total dos 100 inquéritos.

Os dados de um primeiro grupo de análise estão assim expressos. Pretendíamos, num primeiro momento, compreender e identificar as principais práticas de consumo realizadas por estes jovens, assim como constatar possíveis constrangimentos/possibilidades de ação.

Os resultados permitem notar que as práticas de consumo, aqui expressas através da aquisição de vestuário, são importantes para estes jovens - a periodicidade com que efetuam compras de vestuário demonstra como o consumo se enraíza nos quotidianos juvenis. Como Miles argumenta, para os jovens o consumo joga um papel importante na medida em que lhes permite sentirem-se parte integrante da sociedade a que pertencem (Miles, 2003). Não obstante, as práticas de consumo que realizam não se veiculam a livres dinâmicas de ação, encontram-se enraizadas em fenómenos culturais e estruturais mais complexos que se ligam, desde logo, com a própria capacidade aquisitiva dos bens aos quais aspiram (*idem, ibidem*). Assim, quando identificamos e mencionamos práticas de consumo de vestuário não podemos deslocar do conceito a consideração de dinâmicas mais amplas e abrangentes, como a pertença social. As práticas desenvolvem-se em contextos específicos, em tempos específicos, para além de objetivarem os sentimentos, as subjetividades, de indivíduos provenientes de diferentes pontos do espaço social - “as práticas, são, então, sistemas de ação (coletivos) regulados, codificados e significativos, desenvolvidos através do seu acionamento repetido por comunidades específicas e associados às suas condições de existência” (Abrantes, 2011a: 126).

O consumo apresenta-se, então, como uma componente importante na vida destes jovens na medida em que possibilita compreender dinâmicas mais vastas de interação que se

desenrolam nos quotidianos - portanto, o consumo não pode ser entendido “como uma simples arena na qual os jovens hedonisticamente realizam triviais práticas culturais (...) o consumismo não é apenas sobre o consumo de um serviço ou produto, mas é atualmente acerca do sentido da imaginação e os significados e sentidos que os jovens investem nesse processo”⁴⁵ (Miles, 2003: 172).

4.2. 4 - A estilização do quotidiano: dinâmicas de *apresentação de si*

De entre os objetivos do presente trabalho constava compreender de que forma o vestuário influencia e estrutura os quotidianos, assim como através dele se desenvolvem práticas distintivas, dinâmicas de interação e *apresentação de si*. Foi nesta base que desenvolvemos um conjunto de hipóteses teóricas que de seguida procuraremos confirmar ou infirmar.

Os resultados do inquérito permitiram contatar que, de entre a população inquirida, o vestuário adquire importância no desenvolvimento das práticas quotidianas de interação. É possível notar que através deste se jogam possibilidades estilísticas, dinâmicas de *apresentação de si*, que não se encontram deslocadas dos contextos sociais em que os indivíduos se movimentam - precisamente porque a esses lugares constituintes dos universos juvenis estão relacionados códigos de conduta e dinâmicas de ação que são diferenciadas. Como lembram João Teixeira Lopes ou José Machado Pais, a questão da *apresentação de si* tem um importante papel ao nível dos quotidianos juvenis - a apresentação pessoal realiza-se mediante todo o conjunto de possibilidades que os jovens têm ao seu dispor. Líamos, em Teixeira Lopes, que: “os quotidianos juvenis são igualmente palco de difusos, subtis mas criativos e poderosos processos de estetização e encantamento, ligados às estratégias de consumo, diversão e apresentação de si. Através desses processos, ritmos e rituais, refletem-se e criam-se símbolos que mais não são do que as narrativas que os jovens contam a respeito de si mesmos” (Lopes, 1996a: 193).

De facto, em termos gerais, foi possível identificar que os visuais se compõem colocando-se ao serviço todos os instrumentos necessários - referimo-nos, por exemplo, à maquilhagem nas raparigas, aos óculos de sol, e claro, ao vestuário utilizado. Por outro lado, os dados recolhidos permitiram constatar que o vestuário adquire para estes jovens importância significativa. Questionados sobre a importância do vestuário, 74% dos inquiridos

⁴⁵ Tradução nossa

referem discordar e discordar totalmente com a afirmação “a roupa não é importante para mim”. Por outro lado, 34% dos inquiridos concordam com a afirmação “em geral pode dizer-se que sou um(a) apaixonado(a) por roupa”. Uma referência relativa à afirmação “gosto de comprar roupa nova”: de entre os inquiridos cerca de 96% afirma concordar e concordar totalmente com esta afirmação, não se encontrando percentagens associadas ao discordar e discordar totalmente.

Quadro nº 4.10 - Grau de concordância relativo à importância do vestuário para os jovens (%)

Afirmações apresentadas	Discordo totalmente	Discordo	Indiferente	Concordo	Concordo totalmente	Total
No meu grupo de amigos sou a pessoa que menos vezes compra roupa	14,0	48,0	31,0	7,0	0,0	100,0
A roupa não é importante para mim	24,0	50,0	9,0	16,0	1,0	100,0
Sou bastante conhecedor das tendências de vestuário	5,0	20,0	33,0	37,0	5,0	100,0
No meu grupo de amigos estou entre as pessoas que tem menos peças de roupa	18,0	54,0	25,0	3,0	0,0	100,0
No meu grupo de amigos sou a pessoa a quem mais vezes recorrem para informações sobre vestuário e moda	7,0	33,0	43,0	15,0	2,0	100,0
Compro roupa unicamente quando necessito	8,0	44,0	13,0	31,0	4,0	100,0
Gosto de comprar roupa nova	0,0	0,0	4,0	44,0	52,0	100,0
Em geral, pode dizer-se que sou um(a) apaixonado(a) por roupa/vestuário	4,0	15,0	23,0	34,0	24,0	100,0

N=100

Através dos dados recolhidos é também possível identificar que para estes jovens a imagem pessoal é muito importante - 68,3% das raparigas afirma concordar e concordar totalmente com a afirmação “nunca saio de casa sem me maquilhar, arranjar o cabelo e colocar perfume”. De entre a população masculina cerca de 50% afirma concordar com a afirmação “nunca saio de casa sem arranjar o cabelo e colocar perfume”, 32,5% afirma concordar totalmente.

Quadro nº 4.11 - Grau de concordância relacionado com a percepção relativa à imagem pessoal (%)

Afirmações apresentadas	Discordo totalmente	Discordo	Indiferente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Para mim a imagem é muito importante	2,0	7,0	15,0	52,0	24,0	100,0
Nunca saio de casa sem arranjar o cabelo e colocar perfume (se rapaz)	0,0	7,5	10,0	50,0	32,5	100,0
Nunca saio de casa sem me maquilhar, arranjar o cabelo e colocar perfume (se rapariga)	3,3	15,0	13,0	38,3	30,0	100,0
Ao vestir-me tenho em atenção a escolha de peças que conjuguem entre si	0,0	4,0	9,0	65,0	22,0	100,0

N=100

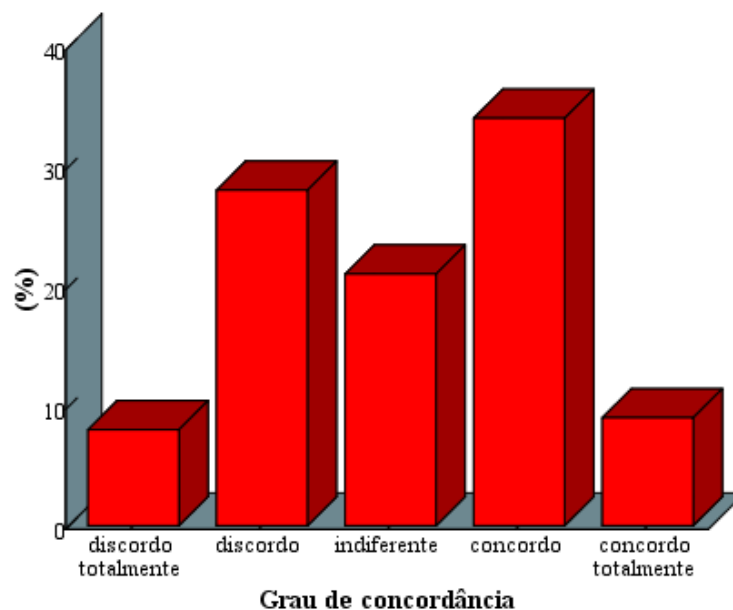
Avançávamos como primeira hipótese teórica que o vestuário é uma forma de os jovens se afirmarem perante os outros. Os resultados apresentados parecem confirmar que, para a maioria dos jovens inquiridos, o vestuário funciona como suporte importante das práticas inscritas nos quotidianos juvenis. A apresentação em público não se desloca desse trabalho de composição pessoal que se consegue através do vestuário. Como salienta Bourdieu, “as tomadas de posição objectiva e subjectivamente estéticas, como, por exemplo, a cosmética corporal, o vestuário ou a decoração doméstica, constituem ocasiões de provar ou de afirmar a posição ocupada no espaço social como estatuto ou distância a manter” (Bourdieu, 2010: 116). Por outro lado, Pires e Costa lembram que, “(...) não restam dúvidas que a moda/indumentária, como um dos símbolos de comunicação, tem fundamental importância para que os jovens possam, intersubjectivamente, expressar [as] suas identidades e buscar a construção [dos] seus grupos, conforme [os] seus símbolos de pertencimento” (*idem, ibidem*: 63-64).

Para os jovens inquiridos o estilo construído para a apresentação em público não se apresenta como um fator que foi importante para a sua integração no atual grupo de amigos - 55% afirma discordar e 15% afirma discordar totalmente com esta noção (Anexo XXIII, p. 144). Não obstante, e em contradição com estes dados, 65% dos jovens inquiridos concordam com o facto de que o seu grupo de amigos tem um estilo parecido com o seu (Anexo XXIV, p. 144). Como lembra Bourdieu, “o sentido social encontra as suas referências no sistema de sinais infinita e mutuamente redundantes de que cada corpo é portador - vestuário, sotaque,

postura, porte, maneiras - e que, inconscientemente registados, estão na base das «antipatias» ou das «simpatias»” (Bourdieu, 2010: 362). Como já esclarecemos acima é através do *habitus* que este processo de aproximação/distanciamento se realiza. Enquanto sistema gerador das práticas “afasta certas pessoas e aproxima outras com o que rapidamente instaura uma convivência, de uma maneira de tal modo fácil que parece «natural». Sem haver necessidade de dizer grande coisa, «sentimos» que somos feitos para nos entendermos, posto que partilhamos os mesmos gostos e a mesma visão de nós próprios e dos outros” (Campenhoudt, 2003: 170). Como reflexão última devemos reconhecer, como escrevem Isabel Dias e João Teixeira Lopes, que “(...) os amigos não se escolhem aleatoriamente, havendo um campo de possíveis mais ou menos limitado e condicionado por múltiplas variáveis. Sendo geralmente endoclassistas os grupos de amigos reforçam um determinado conjunto de pontos de vista sobre a realidade, confirmando e reiterando certas práticas e representações” (Dias e Lopes, 1996: 86)

Os jovens parecem reconhecer também que o vestuário funciona como um fator que poderá influenciar a integração/exclusão num dado grupo - 34% da população inquirida concorda com esta consideração. Não obstante, é interessante constatar que numa percentagem muito próxima - 28% - estão as respostas relativas à discordância com esta questão. Porventura se poderá argumentar, tal como Bourdieu alerta, que as práticas e dinâmicas do mundo social se encontram de tal forma enraizadas, interiorizadas em nós, que não as questionámos, ou temos dificuldade em fazê-lo (Bourdieu, 2010). Na verdade, as aproximações e distâncias sociais encontram-se de tal modo organizadas e articuladas que o mundo social parece desenvolver-se por magia, é afinal a ordem natural das coisas.

Gráfico nº 4.3 - Grau de concordância relativo à noção de que o estilo construído para a apresentação em público permite a integração/exclusão num/de um grupo



N=100

Estes resultados permitem constatar que a construção da imagem pessoal não se desloca de questões mais finas que se relacionam com a integração social e grupal nos espaços sociais do quotidiano. Como objeto imediatamente visível ao olhar a indumentária permite identificar formas de apropriação da realidade social que são semelhantes, que se reconhecem como legítimas num determinado espaço de ação. Neste sentido, o vestuário acaba também por exercer uma certa influência nas dinâmicas de interação que os jovens desenvolvem entre si, assim como poderá funcionar como fonte de ansiedade e fator de pressão social, nomeadamente para os que não conseguem aceder às práticas que, em tempos e espaços determinados, se consideram importantes.

Entrevistadora: “O vestuário pode ser um fator de pressão para os jovens?”

Entrevistada: “Eu acho que sim, em certas pessoas sim porque eu tenho, pelo menos falo por mim, eu tenho no meu grupo de amigos, tenho lá dois colegas meus que os pais não têm assim tantas posses, estão os dois desempregados e eles praticamente pressionam os pais para lhes darem tipo sapatilhas de marca, estas que se usam muito agora as nike air brancas...pressionam muito os pais...eu quero aquilo porque é igual aos meus amigos, toda a gente tem, eu tenho de ter, pressionam muito e eles sentem-se pressionados porque toda a gente tem e eles não” (Ana, 17 anos).

A acrescentar a esta questão parece estar o facto de que a imagem pessoal que apresentamos em público, nos espaços sociais de interação em que nos movimentamos, não se desloca dos olhares dos outros que connosco se interrelacionam. As dinâmicas de *apresentação de si* surgem assim associadas a escrutínios públicos e, neste sentido, o vestuário poderá também funcionar como fator de pressão e ansiedade para os jovens.

“(...) isto é um mundo de coscuvilhice, é logo, por exemplo, se não combina a roupa é alvo de chacota, logo, mas é tiro e queda. Por exemplo, umas calças verdes com umas sapatilhas azuis daquelas fluorescentes, já é alvo de chacota” (Raquel, 16 anos).

“(...)quando as minhas amigas começam a falar disso, porque elas criticam muito, eu ignoro”.

Entrevistadora: *“O que dizem as tuas amigas?”*

Entrevistada: *“Ai não sei quê, olha aquele veio com aquelas calças ontem e do género veio com elas hoje outra vez, e eu ponho-me assim a pensar...tipo vocês estão a falar da roupa dos outros mas nem olham pela vossa abaixo, vocês se calhar até fazem o mesmo (...)” (Ana, 17 anos).*

Como segunda hipótese de análise registávamos que as peças de roupa que os jovens envergam permitem o acesso/bloqueio a determinado grupo. Face aos resultados expostos confirma-se esta hipótese teórica - através do vestuário estabelecem-se dinâmicas mais amplas e complexas, como as que se relacionam com a integração grupal, e mesmo social, isto porque, consciente ou inconscientemente, através do vestuário que usamos transmitimos imagens de nós que são captadas pelos outros que connosco partilham um mesmo espaço de intervenção. Como anota Sofia Silva “pode considerar-se que certas cenaridades estéticas podem ser estratégias de produção e de promoção de determinadas inclusões, ainda que possam ser feitas à custa de outras exclusões, a partir de uma narração exuberante de si que é também a criação e a proposta de alternativas de compreensão e de interpretação de si e de si no mundo” (Silva, 2010: 262).

Num terceiro ponto de análise, e portanto como terceira hipótese teórica, avançávamos que os jovens vestem-se consoante o local para o qual se dirigem: na escola/local de trabalho envergam roupas mais práticas e desportivas, no bar/pub a elaboração do vestuário é mais marcada.

Os resultados permitem constatar que a indumentária é escolhida em função dos diferentes contextos sociais em que se apresentam - cerca de 65% dos jovens afirma que escolhe a roupa que veste em função dos contextos sociais em que se apresenta, 27% afirma fazê-lo a maior parte das vezes. Por outro lado, apenas 6% afirma não escolher as roupas em função dos contextos sociais e 2% refere não o fazer a maior parte das vezes.

Quadro nº 4.12 - A escolha do vestuário em função dos contextos sociais de interação quotidiana

A escolha do vestuário em função dos contextos sociais		
Opções de resposta	“n”	(%)
Sim	65	65,0
A maior parte das vezes sim	27	27,0
Não	6	6,0
A maior parte das vezes não	2	2,0
Total	100	100,0

N=100

De facto, nos espaços inseridos no âmbito do seu quotidiano ordinário as calças de ganga, as *t-shirts* e camisolas ganham destaque. Por outro lado, no bar, definido como espaço de convívio com uma maior liberdade de ação corporal, ganham destaque os vestidos, as saias mais curtas, os calções, assim como os sapatos de salto alto. Os rapazes afirmam também que para uma ida ao bar usam roupa mais formal, com a introdução das camisas a realizar-se mais expressivamente a este nível.

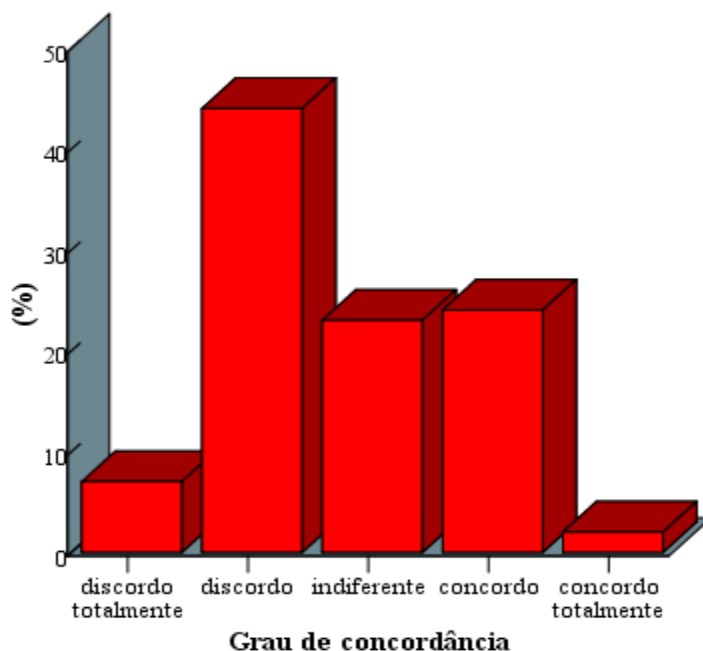
Para os jovens inquiridos esta diferença estilística relativa à apresentação pessoal deve-se à consideração de que os espaços de interação são diferenciados e, por isso, exigem códigos de conduta que são, também eles, distintos. A escola, ou mesmo o local de trabalho, aparecem, portanto, definidos como espaços nos quais é necessário um visual mais prático e confortável, enquanto que no bar, porque os códigos de ação que aí se realizam são percecionados como diferentes, é necessária uma elaboração mais marcada no visual, este torna-se, inclusivamente, mais liberal, mais pronunciado. Como salienta Goffman, os desempenhos sociais quotidianamente realizados, em espaços que são diferenciados, implicam que o indivíduo lance mão a todo um conjunto de acessórios importante na composição e definição dos seus papéis sociais - o vestuário assume-se como um desses acessórios (Goffman, 1993). Assim, sendo que estes jovens assumem diferentes papéis, nos espaços em que quotidianamente se inserem, necessário se torna que a composição estilística dos seus visuais seja diferenciada porque diferenciadas são as dinâmicas que nos espaços - escola/local de trabalho e bar - têm lugar.

Face ao exposto confirmamos a terceira hipótese teórica avançada - com efeito, o vestuário cumpre esta função de adaptação social aos contextos percebidos como distintos, sendo mais prático e confortável nos espaços percecionados como componentes do quotidiano ordinário e mais expressivo e liberal nos espaços definidos como locais de diversão e entretenimento.

Como quarto ponto de análise procurávamos compreender se o vestuário funciona como um meio através do qual se projetam pertenças de classe.

Sobre a influência do vestuário enquanto manifestação e identificação de lugares de classe os resultados indicam que 44% dos jovens inquiridos discordam com esta situação. Apenas 24% afirma concordar com a noção de que através do vestuário é possível identificar o lugar de classe de pertença.

Gráfico nº 4.4 - Grau de concordância relativo à noção de que através do vestuário é possível identificar a classe social de pertença dos jovens



N=100

Uma análise mais fina, que coloca em relação o lugar de classe com o grau de concordância relativo à noção de que através da imagem (ex. a roupa) é possível identificar a classe social de pertença, permite constatar que as percentagens mais elevadas surgem associadas à categoria relativa ao discordo. A única exceção verifica-se ao nível do Operariado Industrial (OI) na qual a percentagem associada à categoria do discordo é igual à associada à categoria do concordo - 32,5%. Não parecem, portanto, existir diferenças classistas associadas ao grau de concordância relativo à noção de que através da imagem, para a qual o vestuário contribui, é possível identificar a classe social de pertença.

Em termos gerais os dados revelam que, em cada lugar de classe, a maioria dos inquiridos discorda com o facto de que a imagem permite identificar a pertença classista.

Quadro nº 4.13 - Lugar de classe de família por grau de concordância relativo à noção de que através da imagem (ex.: roupa) é possível identificar a classe social de pertença

		Grau de concordância relativo à noção de que através da imagem (ex.: roupa) é possível identificar a classe social de pertença (%)						Total
		Grau de concordância						
		Total	Discordo totalmente	Discordo	Indiferente	Concordo	Concordo totalmente	
Lugar de classe de família Categorias	BEP	5,0	0,0	80,0	20,0	0,0	0,0	100,0
	BD	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0
	BP	2,0	0,0	50,0	50,0	0,0	0,0	100,0
	BDP	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0
	PBIC	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0
	PBTEI	16,0	6,3	31,3	31,3	25,0	6,3	100,0
	PBIP	6,0	0,0	50,0	33,3	16,7	0,0	100,0
	PBA	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0
	PBPA	12,0	0,0	58,3	16,7	16,7	8,3	100,0
	PBAP	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0
	PBE	5,0	40,0	40,0	0,0	20,0	0,0	100,0
	PBEP	5,0	0,0	80,0	0,0	20,0	0,0	100,0
	OI	40,0	7,5	32,5	27,5	32,5	0,0	100,0
	OA	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0
	OIA	1,0	0,0	0,0	0,0	100,0	0,0	100,0
	OP	8,0	12,5	62,5	12,5	12,5	0,0	100,0
Total		100	7,0	44,0	23,0	24,0	2,0	100,0

N=100

Os resultados identificados poderão estar em parte relacionados com o facto de que por via da massificação e desenvolvimento do consumo - por exemplo através das grandes cadeias de produção, da imitação das marcas - os jovens consigam na atualidade aceder a novos padrões de consumo. Porventura poderá dar-se o caso de que as grandes cadeias de vestuário como *Berska*, *Stradivarius*, entre outras, que se afirmam como lojas de consumo mais direcionadas para os jovens, contribuam para uma tendência uniformizante dos estilos de vestuário juvenis. Lembremos que uma larga franja da população inquirida adquire as suas peças de roupa nos Centros Comerciais, locais onde estas cadeias de consumo se encontram essencialmente sediadas.

Ao aprofundar esta questão através da entrevista é possível constatar que os jovens, apesar de reconhecerem que as possibilidades económicas jogam um papel importante ao nível das capacidades aquisitivas, acabam por colocar a tónica em outras questões como, por

exemplo, o gosto pessoal - digamos a capacidade estilística de composição dos visuais e a criatividade a este nível.

“É assim, depende, pode haver pessoas que se vestem muito bem e percebe-se que são de uma classe social mais elevada como também pode haver pessoas que apesar de ter dinheiro se vestem de uma forma menos vistosa...” (Carolina, 17 anos).

“Eu acho que sim e que não. Eu acho que sim porque uma pessoa que não tem grandes possibilidades de comprar a roupa com tanta frequência ou como queria, enquanto que...sei lá...uma pessoa... não sei uma pessoa com um pouco mais de capacidades se veste um bocadinho melhor, eu acho que tem a ver um bocadinho com o nível económico... mas não ... não é... o dinheiro não impede uma pessoa de se vestir bem... há o gosto (...). Porque, por exemplo, na feira às vezes consegue-se arranjar coisas mesmo giras e imitações (...) é só por não ter uma etiqueta a dizer uma marca qualquer” (Raquel, 16 anos).

Por outro lado, é possível identificar através da entrevista que o uso de roupa de marca parece estar relacionado com a expressão classista através do vestuário. Por outras palavras, o código de percepção associado à identificação das classes sociais, quando realizado pelo vestuário, parece processar-se, essencialmente, através do uso, ou não, de roupa de marca.

Entrevistadora: *“Achas que através do que vestimos é possível identificar pertenças sociais?”*

Entrevistado: *“Ah, isso sim, acho que se consegue...se tiver marcas muito caras acho que é logo, vê-se logo...”* (João, 15 anos).

Entrevistada: *“Não, porque como eu já disse vestimo-nos mesmo quase todos iguais tipo nós não vamos estar a ver as etiquetas de alguma roupa, se esta é de marca, se esta não é, e não dá para ver a diferença”* (Ana, 17 anos).

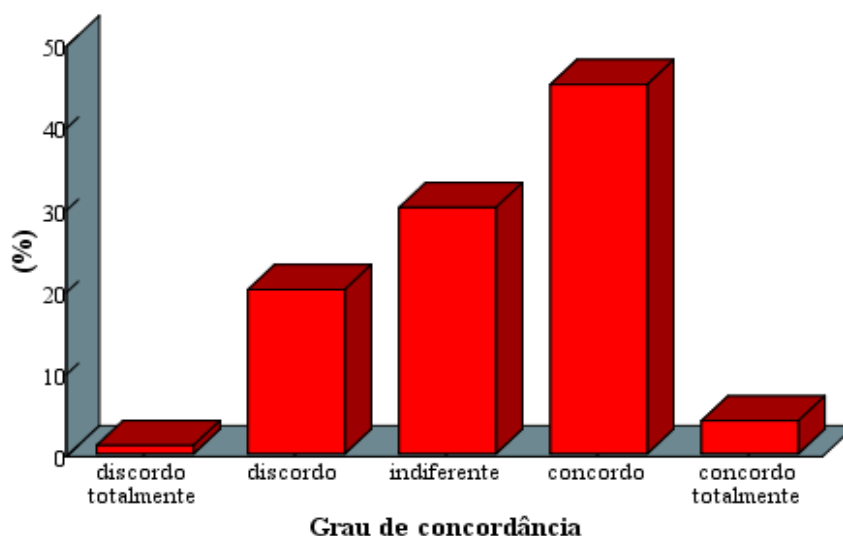
A larga maioria dos jovens inquiridos afirma que através do vestuário não é possível identificar pertenças sociais. Face a esta questão infirmaríamos a hipótese teórica que havíamos definido. Não obstante é possível constatar, nas entrelinhas, que a identificação de pertenças classistas pela indumentária não deixa de estar, de alguma forma, relacionada com o uso de roupa de marca. Logo, acaba por ser possível notar que este processo de identificação/categorização social não está completamente deslocado das possibilidades do vestuário.

Em sociologia sabemos da complexidade relativa às tomadas de posição - os fenómenos sociais são muito complexos, atravessados por dinâmicas bastante intrincadas entre si. Por isso, deixamos esta hipótese em ponto de reflexão, dado que uma resposta mais definitiva porventura necessitará de um maior aprofundamento teórico-empírico que neste trabalho não conseguimos desenvolver.

De entre a população inquirida cerca de 45% concorda e 4% concorda totalmente com o facto de que a imagem adotada quotidianamente é uma forma de os jovens se distinguirem socialmente dos outros, contra um total de 20% que discorda com a afirmação. Por outro lado,

relativamente à afirmação “gosto de me diferenciar pela minha imagem a roupa é um meio privilegiado para o fazer” as percentagens mais elevadas surgem associadas à categoria do concordo com um total de 41% de percentagem no total da amostra. Os inquiridos que discordam somam um total de 20% (Anexo XXVII, p. 146). Importa, contudo, especificar que em segundo lugar, com maior percentagem, quer relativamente à primeira como à segunda afirmação, surge a categoria do indiferente com uma percentagem de 30% relativamente à primeira e 34% na segunda. Registe-se ainda que 55% dos inquiridos concorda e 13% concorda totalmente com a afirmação de que através da imagem expressamos características pessoais/ traços de personalidade, apenas 15% discorda e 1% discorda totalmente (Anexo XXVI, p. 145).

Gráfico nº 4.5 - Grau de concordância relativo à noção de que a imagem adotada quotidianamente é uma forma dos jovens se distinguirem socialmente dos outros



N=100

Estes resultados parecem confirmar o que havíamos anteriormente avançado, nomeadamente recorrendo aos contributos de Umberto Eco (1975) - o vestuário há muito que deixou de cumprir a característica funcional de proteção contra as particularidades da natureza, passando a adquirir um papel mais simbólico, integrador e distintivo nas sociedades contemporâneas, funcionando como instrumento privilegiado ao serviço da expressão de particularidades pessoais, assim como proporcionando aos jovens uma espécie de

individualização estilística da sua imagem pessoal. Como lembra Bourdieu, “a identidade social afirma-se pela diferença” (Bourdieu, 1979: 191; in Campenhoudt, 2003: 170).

Na posse destes resultados estamos em crer ser possível identificar que, para a maioria dos jovens inquiridos, a imagem pessoal - para a qual o vestuário necessariamente contribui - funciona como possibilidade ao serviço da construção das suas individualidades, das suas idiossincrasias, contribui para demarcam-se entre si consoante o estilo construído para se apresentarem em público, confirmando-se assim a última hipótese em análise. Como lembra Machado Pais, recorrendo a Negrin, vivemos tempos que, em termos de moda, “o que conta é o cultivo da imagem de si, investida em toda a sua expressividade e sensibilidade” (Negrin, 1999; in Pais, 2005: 55).

Registe-se, por último, que vestuário é percecionado por estes jovens como objeto de comunicação, através do qual os outros têm acesso a uma dada imagem de si (Anexo XXIX, p.147), uma imagem que não se encontra isenta de categorizações - ao vestuário estão associados estereótipos que os jovens aprendem a reconhecer. As práticas que se desenvolvem não se deslocam, portanto, dessa leitura social, que se aprende a decodificar e a compreender nos contextos em que as mesmas se inserem. Como avançam Cardoso, Novais e Costa, a noção de *self* relacionada com os objetos que compõem o quotidiano remete para a noção da transmissão de sinais (Cardoso, Novais, Costa, 2009). Ora, o vestuário permite o cumprimento de tal função (*idem, ibidem*).

Entrevistadora: “*Será que o facto de vestir-mos dadas roupas levam os outros a terem imagens de nós?*”

Entrevistada: “*Eu acho que sim, por exemplo, neste caso das discotecas eu acho que os rapazes pela forma como nós nos vestimos eles podem dizer se somos mais daquelas que se entregam logo (...)*” (Ana, 17 anos).

Como palavras finais valemo-nos, mais uma vez, dos escritos de Umberto Eco registando que “(...) a vida em sociedade (e portanto a vida da «cultura») compõem-se por um lado de actos de comunicação, de entidades gestuais ou sonoras que «dizem que», e por outro de coisas que «funcionam», isto é, que «servem para». O homem primitivo começa a fundar uma sociedade quando aprende a exprimir-se através de sons e gestos, mas por outro lado funda a sociedade e a cultura também no momento em que inventa um instrumento, descobre a gruta, vibra a sua primeira amígdala. E a amígdala não comunica, «mas serve para». Ora a pele de urso ou de lobo com que o nosso homem se cobre pela primeira vez, não pode pertencer à categoria das coisas que «servem para», mas antes à das que «dizem que?» (Eco, 1975: 13).

Considerações finais

Ao longo deste trabalho de dissertação procurámos destacar os pontos de análise teóricos que nos permitiriam compreender de uma forma mais profunda a realidade que nos propusemos estudar. Neste sentido, escrevemos sobre o consumo procurando identificar autores que têm em muito contribuído para a sua expressividade académica, identificámos a socialização como fator importante, na medida em que consideramos que as práticas desenvolvidas nos quotidianos sociais de interação não se deslocam desses meandros mais complexos e estruturais que se prendem com as condições objetivas de vida que compõem os nossos quotidianos de ação. Porque a população alvo do nosso estudo eram os jovens, procurámos também desenvolver um entendimento teórico que cumprisse o objetivo de clarificar as linhas que orientam a juventude - como defini-la?, como interpretá-la?, no seio destas realidades de mudança em que vivemos. Escrevemos já anteriormente sobre o motivo da escolha deste grupo e não de outro: precisamente pela necessidade de compreender melhor a população juvenil e também porque este grupo se assumia como componente sociológica sobre a qual mais dúvidas e curiosidades tínhamos. Pretendíamos compreender os jovens enquanto realidade a conhecer mediante o uso e manipulação do vestuário, entendendo que este objeto adquire forte importância nos quotidianos juvenis.

Neste trabalho abordámos também os contributos teóricos de Bourdieu relativamente às práticas enquanto expressões objetivas de estilos de vida diferenciados e de Goffman, considerando as suas teorizações sobre as interações que se desenvolvem nos quotidianos sociais. Por fim, em termos teóricos, não poderiam faltar neste texto as componentes de análise relativas ao vestuário - entendendo-o enquanto objeto símbolo, enquanto instrumento possibilitador de leituras sociais, que os sujeitos aprendem a reconhecer e identificar - e ao equacionamento do corpo enquanto construção, vivência e sentimento. O vestuário não existe por si só; apesar de todas as suas possibilidades comunicativas a roupa opera num corpo que tem sido, ao longo dos tempos, alvo de diferentes concetualizações. É, portanto, o corpo que se veste, que se coloca em situação de interação, é o corpo que dá expressividade ao vestuário enquanto instrumento ao serviço da imagem pessoal. A leitura que realizámos do vestuário enquanto ferramenta comunicativa não se poderia deslocar, assim nos apareceu, dessas transformações que se têm vindo a operar através do corpo. O corpo transforma-se e a forma como o “vestimos” tem-se também transformado ao longo dos tempos. Por isso, era nosso objetivo compreender as possibilidades do vestuário enquanto instrumento ao serviço da

imagem pessoal, procurando descortinar qual o seu papel nas dinâmicas sociais dos quotidianos juvenis e como, através dele, se realizam práticas que expressem processos de distinção e/ou de integração/exclusão num/de um dado grupo. Foi neste contexto que traçámos a pergunta de partida - *de que forma o vestuário funciona como verdadeira extensão do eu, despoletando o desencadear de estratégias de distinção e/ou de integração grupal, por parte dos jovens?*

Ao longo deste projeto de dissertação uma questão ficou claramente visível. Para os jovens que inquirimos o vestuário apresenta-se como um importante instrumento ao serviço da imagem pessoal. Esta noção ficou, desde logo, subentendida aquando da realização das visitas exploratórias na escola secundária e no bar/pub. Era possível reconhecer como o corpo se “produz” nos espaços de interação, como o vestuário cumpre uma tarefa importante de composição estilística. Com efeito, os visuais, ou estilos, são construídos colocando-se ao serviço todos os objetos necessários - maquilhagem, composição dos cabelos, óculos de sol, dinâmica(s) das peças de vestuário.

Como identificam João Teixeira Lopes (1995) ou Machado Pais (2005), na atualidade os visuais conseguem-se fazendo-se uso de todas as componentes necessárias à sua realização - o vestuário, a maquilhagem, e mesmo as tatuagens e os *piercings*, são componentes que se colocam ao serviço da estilização do quotidiano. Teixeira Lopes, referia mesmo que os visuais, as opções estilísticas, não serão mais do que as narrativas que os jovens contam acerca deles mesmos (Lopes, 1995). Mas estas realidades intervencionadas, chama atenção Machado Pais, sendo componentes da ação interativa do *eu* com o meio que o rodeia, são também componentes identificativas, e, nessa via, distintivas, do eu por relação ao nós e do eu por relação aos outros (Pais, 2005). Ora, o vestuário cumpre realmente esta função. Ele permite ao sujeito a identificação dos que fazem parte do seu mundo (nós), assim como possibilita o reconhecimento dos que não fazem parte do mesmo universo de significação (eles). Como Bourdieu (2010) também explica, as aproximações são também distâncias - a identidade afirma-se e reafirma-se na diferença, esclarece; distantes de uns, próximos de outros. Por isso, as práticas e dinâmicas de identificação são também práticas e dinâmicas distintivas, independentemente do grau de consciência que sobre esta questão tenhamos.

Este estudo permitiu perceber que para estes jovens o vestuário cumpre essa função de transmissão de mensagens, assim como a compreensão de como através do seu uso se realizam categorizações. O vestuário possibilita, segundo argumentam, a transmissão de traços de personalidade que os outros, consciente ou inconscientemente, na pluralidade dos seus hábitos aprendem a reconhecer. Por outro lado, permitiu-nos compreender que esse

processo de identificação/diferenciação social realiza-se de forma quase impercetível - sem termos disso consciência, sabemos que gostamos desta ou daquela pessoa porque tem gostos parecidos com os nossos, falamos a mesma linguagem, construímos estilos de apresentação pessoal semelhantes. Vimos já como esse processo se desenvolve. É na base desta identificação quase intangível que os jovens reconhecem que o seu grupo de amigos tem um estilo parecido com o seu. Portanto, *a apresentação de si* cumpre esta capacidade de integração grupal nesta fase da vida e cumpre também, arriscamos referir, essa necessidade de integração social. Explicitávamos atrás que poderá funcionar como elemento de ansiedade para os jovens, elemento de pressão social, quando estes não conseguem aceder às dinâmicas estilísticas que, num dado momento, são consideradas importantes. Para além disso, estes jovens reconhecem que os espaços de interação quotidiana desenvolvem-se colocando ao serviço um conjunto de códigos que são diferenciados. O vestuário permite e possibilita essa articulação necessária aos espaços sociais do quotidiano. Como referem, a escolha da composição estilística que se consegue através do vestuário é realizada em função dos espaços sociais nos quais se movimentam. Para a escola, ou para o local de trabalho, as roupas necessitam de ser mais confortáveis, mais flexíveis, enquanto que no bar o uso do vestuário cumpre outras regras - torna-se mais dinâmico, mais aberto, desprendido e liberal. Também o corpo assume no espaço do bar uma posição mais liberta, torna-se mais fluido, mais interativo, mais vibrante.

É possível também anotar que as práticas de consumo de vestuário que os jovens realizam não se deslocam de componentes estruturais que funcionam como possibilidades/constrangimentos de ação. Pela análise dos dados compreende-se que questões como a situação na profissão dos pais, ou mesmo, a dimensão dos agregados familiares influenciam os processos aquisitivos que se expressam nas compras de vestuário. Como Miles (2003) argumenta, as práticas de consumo dos jovens - das quais se realça o vestuário - não podem ser entendidas como processos livres, elas encontram-se subjacentes a questões estruturais que remetem, desde logo, para as capacidades aquisitivas dos bens aos quais pretendem aceder. Um outro ponto que se clarificou diz respeito à interpretação que os jovens desenvolvem sobre a sua juventude. Foi possível compreender pelas suas palavras o que para eles significa, afinal, ser jovem. Os resultados não se afiguraram de grande surpresa. Estes jovens interpretam a juventude como um período de tempo em que podem fazer um uso mais desprendido da palavra liberdade; a juventude é definida como um período da vida em que não existem tantas responsabilidades, em que os problemas dos adultos não fazem ainda parte do universo de prioridades. É um tempo, na sua ótica, para serem livres.

Este estudo sobre as dinâmicas que se realizam em torno do vestuário não ficará completo com estas páginas que escrevemos. Em sociologia as realidades sociais que se tomam como estudo nunca são de fácil identificação ou teorização, porque elas se interrelacionam com uma pluralidade de fatores complexos, constituintes da realidade social. Portanto, este estudo afirma-se como uma pequena leitura relativa a essa complexa realidade social que se desenvolve entre os indivíduos e os objetos que compõem os seus quotidianos. Para além disso, importa notar que os resultados que foram possíveis alcançar através deste trabalho dizem respeito a uma realidade em particular. As dinâmicas que se desenvolvem em torno do vestuário pelos jovens Vizelenses porventura serão diferenciadas daquelas que outros jovens, noutros espaços sociais, realizam. Como lembra Sofia Silva (2010) a pertença a um lugar apresenta-se indissociável da noção de identidade, as práticas que nele os sujeitos realizam encontram fundamento na apropriação social que no espaço realizam, sendo nele operação e resultado. Esta é uma ressalva importante e que se liga com a necessidade de dar conta das especificidades dos quotidianos sociais em que as práticas têm lugar. Daí a introdução, no início do último capítulo, daquelas que eram consideradas as principais especificidades do território em que o estudo se desenvolveu.

Pretendíamos com este trabalho colocar o enfoque nessa outra capacidade do corpo enquanto elemento de comunicação - a comunicação não-verbal - adotando como notas de base que a apropriação estilística do corpo em interação ou, de forma mais precisa, as dinâmicas de apresentação do eu nos contextos sociais do quotidiano não se deslocam dos espaços sociais em que nascemos e nos movimentamos. Como refere Umberto Eco “a sociedade ao constituir-se fala, fala porque se constitui e constitui-se porque começa a falar” (Eco, 1975: 20). Também o jovem ao vestir-se apresenta-se e ao fazer a apresentação de si fala. Perceber e decodificar as suas falas bem como o que a elas subjaz foi nosso propósito com este trabalho.

Referências Bibliográficas

ABRANTES, Pedro (2003) - Identidades juvenis e dinâmicas de escolaridade. *Sociologia - Problemas e Práticas*. ISSN. 0873-6529. N° 41. p. 95-115.

ABRANTES, Pedro (2011a) - Para uma teoria da socialização. *Sociologia, Revista da Faculdade de Letras da Universidade do Porto*. Vol. XXI:121-139.

ABRANTES, Pedro (2011b) - Revisitando a teoria da reprodução: debate teórico e aplicações ao caso português. *Análise Social*. Vol. XLVI (199): 261-281.

BANDEIRA, Mário Leston (1996) - *Demografia e modernidade: família e transição demográfica em Portugal*. Lisboa: Imprensa Nacional Casa da Moeda. ISBN. 972-27-0819-8.

BARBOSA, Livia (2008) - *Sociedade de consumo*. Rio de Janeiro: ZAHAR. 2ª Edição.

BARBOSA, Maria Raquel; MATOS, Paula Mena; COSTA, Maria Emília (2011) - Um olhar sobre o corpo: o corpo ontem e hoje. *Psicologia e Sociedade*. N° 23 (1). p. 24-34.

BAUMAN, Zigmund (2007a) - *Amor líquido*. Lisboa: Relógio D'Água. ISBN: 978-972-70-8901-7.

BAUMAN, Zigmund (2007b) - *Vida de consumo*. Madrid: Fundo de Cultura Económica de Espanha, S.L. ISBN: 978-07456-3979-6.

BERGER, Peter L.; LUCKMANN, Thomas (2004) - *A Construção social da realidade*. Tradução Ernesto Carvalho. 2ª ed. Lisboa: Dinalivro. ISBN. 972-576- 354-8.

BOURDIEU, Pierre (2010) - *A Distinção: uma crítica social da faculdade do juízo*. Lisboa: Edições 70. ISBN: 978-972-44-1577-2.

BOURDIEU, Pierre (2011) - *O Poder simbólico*. Lisboa: Edições 70. ISBN: 978-972-44-1666-3.

CAMPENHOUDT, LucVan (2003) – *Introdução à análise dos fenómenos sociais*. Lisboa: Gradiva. ISBN. 972-662-896-2.

CAMPOS, Ricardo (2011) - Apreciação do livro marcas que demarcam: tatuagens, *body piercing* e culturas juvenis. [em linha]. *Análise Social*. Vol. XLVI (1º): 184-188. [Consult. em 12 dez. 2012].

Disponível em

<http://analisesocial.ics.ul.pt/documentos/1309943311X3cGM3dt3Ur41SJ5.pdf>.

CARDOSO, Paulo Ribeiro; NOVAIS, Liliana Andreia; COSTA, Helda Sofia (2009) - Inovadores e seguidores: uma análise dos jovens consumidores de produtos de moda e vestuário. *Revista da Faculdade de Ciências Humanas e Sociais*. Porto: Universidade Fernando Pessoa. p. 50-58.

CASANOVA, José Luís (1995) - Uma avaliação conceptual do habitus. *Sociologia - Problemas e Práticas*. Nº.18. p. 45-68.

Classificação Portuguesa das Profissões 2010. Edição de 2011. Instituto Nacional de Estatística, I.P.

COELHO, Maria Zara Pinto (2009) - Jovens no discurso da imprensa portuguesa: um estudo exploratório. *Análise Social*. Vol. XLIV (191): 361-377.

CONDE, Idalina (1990) - Identidade nacional e social dos jovens. *Análise Social*. Vol. XXV (108-109): 675-693.

COSTA, António Caldino; PIRES, Giovani de Lorenzi (2007) - Moda/Indumentária em culturas juvenis: símbolos de comunicação e formação de identidades corporais provisórias em jovens do ensino médio. [em linha]. *Conexões*. Vol. 5. Nº1. p. 51-66. [Consult. em 12 dez. 2012]. Disponível em <http://fefnet178.fef.unicamp.br/ojs/index.php/fef/article/view/39/24>.

CRUZ, Isabel (2000) - A estrutura de consumo: que mudanças?. IV CONGRESSO PORTUGUÊS DE SOCIOLOGIA - *Sociedade Portuguesa: passados recentes, futuros próximos*. [em linha]. Coimbra: Universidade de Coimbra. p. 1-16. [Consult. em 7 jan. 2013]. Disponível em http://www.aps.pt/cms/docs_prv/docs/DPR462dbf92641b2_1.PDF.

CRUZ, Isabel (2009a) - *Entre estruturas e agentes: padrões e práticas de consumo em Portugal continental*. Dissertação de Doutoramento. Porto: Faculdade de Letras.

CRUZ, Isabel (2009b) - O prazer de consumir. *Revista - Trabalhos de Antropologia e Etnologia*. Vol. 49 (1-4). p. 151-160.

CRUZ, Isabel (2010) - Entre constrangimento e criatividade: práticas de consumo em Portugal continental. *Sociologia, Revista da Faculdade de Letras da Universidade do Porto*. Vol. XX:167:190.

CRUZ, Manuel Braga da; SERUYA, José Manuel; REIS, LUÍSA Braula [et al.] (1984) – A condição social da juventude Portuguesa. *Análise Social*. Vol. XX (81-82):285-308.

Diagnóstico Social Concelho de Vizela. Conselho Local de Ação Social de Vizela. Programa da Rede Social. [em linha]. Vizela: Câmara Municipal de Vizela. [Consult. em mai. 2013]. Disponível em www.cm-vizela.pt/index.php?/download/V2BXZVVn.

Diagnóstico Social: Plano de Desenvolvimento Social 2010-2015. [em linha]. Vizela: Câmara Municipal de Vizela. [Consult. em mai. 2013].

Disponível em www.cm-vizela.pt/index.php?/download/VmRUYlZs.

DUARTE, Alice (2002) - Daniel Miller e a antropologia do consumo. *Etnográfica*. 367-378.

DUARTE, Alice (2009) - O consumo para os outros: os presentes. X CONGRESSO – LUSO-AFRO-BRASILEIRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS - *Sociedades desiguais e paradigmas em confronto*. Volume V. Globalização, política e riscos: segurança, ambiente e saúde. [em linha]. Braga: Universidade do Minho. Ed. Centro de Investigação em Ciências Sociais. p. 43-48. [Consult. em 7 jan. 2013]. Disponível em <http://repositorio-aberto.up.pt>.

DUARTE, Alice (2010) - A antropologia e o estudo do consumo: revisão crítica das suas relações e possibilidades. *Etnográfica*. Nº 14 (2). (junh. 2010). p. 363-393.

ECO, Umberto; LIVOLSI, Marino; SIGURTÁ, Renato [et al.] (1975) - *Psicologia do Vestir*. 1ª ed. Lisboa: Assírio e Alvim.

ESTEVÃO, Carlos V. (2006) - Educação e juventude: o lugar das escolas na representação dos jovens. [em linha]. *Impulso Piracicaba*. 17(42). p. 11-19. [Consult. em 7 jan. 2013]. Disponível em <http://www.unimep.br/phpg/editora/revistaspdf/imp42art01.pdf>.

FEIXA, Carles (1999) - Jóvenes: la juventude en la sociedad postindustrial. *De juvenes, bandas y tribus*. 2ª ed. Barcelona: Editorial Ariel, S.A. ISBN. 84-344-1176-8.

FERREIRA, Vítor Sérgio (2004) - Da reflexividade corporal entre os jovens portugueses: uma realidade socialmente fragmentada. Vº CONGRESSO PORTUGUÊS DE SOCIOLOGIA - *Sociedade Contemporânea: reflexividade e ação: atas*. [em linha]. Braga: Universidade do Minho - Campos Gualtar. [Consult. em 12 dez. 2012]. Disponível em http://www.aps.pt/cms/docs_prv/docs/DPR4616d905aae8b_1.pdf.

FERREIRA, Vítor Sérgio (2007) - Política do corpo e política da vida: a tatuagem e o *body piercing* como expressão corporal de uma ética da dissidência. *Etnográfica*. Nº 11 (2). (nov. 2007). p. 291-326.

FERREIRA, Vítor Sérgio (2009) - *Elogio (sociológico) à carne: a partir da reedição do texto “as técnicas do corpo” de Marcel Maus*. [em linha]. [Consult. em 5 nov. 2012]. Disponível em <http://www.lettras.up.pt/isociologia/uploads/files/Working37.pdf>.

GOFFMAN, Erving (1993) - *A Apresentação do eu na vida de todos os dias*. Lisboa: Relógio D'Água. ISBN: 972- 708-205-X.

GOFFMAN, Erving (2000) - La máquina de hacer inferências. *Sociologías de la Situación*. Edição, tradução e introdução de Félix Díaz. Madrid: La Piqueta. ISBN.84-7731-359-8.

GONZALEZ, Félix Rodríguez (2002) - *El lenguaje de los jóvenes*. 1ª ed. Barcelona: Editorial Ariel, S.A. ISBN. 84-344-4248-5.

GÜNTHER, Hartmut (2006) - Pesquisa qualitativa versus pesquisa quantitativa: esta é a questão?. *Psicologia: Teoria e Pesquisa*. [em linha]. Vol. 22. Nº2. (mai.-agos. 2006). p. 201-210. [Consult. em 10 fev. 2013].

Disponível em <http://www.scielo.br/pdf/ptp/v22n2/a10v22n2.pdf>.

JESUS, Sónia Alexandra Rodrigues (2011) - *Novas bases têxteis para novas experiências sociais*. [em linha]. Dissertação de Mestrado. Lisboa: Faculdade de Arquitetura da Universidade Técnica de Lisboa. [consult. em 14 dez. 2012]. Disponível em www.repository.utl.pt.

KELLY, Earl C. (1962) - *In defense of youth*. New Jersey: Prentice-Hall, Inc., Englewood Cliffs.

LAHIRE, Bernard (2011) - A transmissão familiar da ordem desigual das coisas. Tradução de Pascoal Carvalho. *Sociologia, Revista da Faculdade de Letras da Universidade do Porto*. Vol. XXI:13-22.

LIPOVETSKY, Gilles (2009) - *O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas*. Tradução de Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras. ISBN. 359-1512-9.

LOPES, João Teixeira (1995) - As escolas urbanas como cenários de interação: um estudo sobre práticas culturais estudantis. *Sociologia, Revista da Faculdade de Letras da Universidade do Porto*. Série I. Vol. 05. p. 91-150.

LOPES, João Teixeira (1996a) - O juvenil encanto dos mortos. *Sociologia - Problemas e Práticas*. ISSN.0873-6529. Nº. 23. p. 191-194.

LOPES, João Teixeira (1996b) - Tristes Escolas: conclusões de um estudo sobre práticas culturais estudantis. III CONGRESSO PORTUGUÊS DE SOCIOLOGIA - *Práticas e processos de mudança social – educação e desenvolvimento*. [em linha]. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian. [Consult. em 7 jan. 2013]. Disponível em http://www.aps.pt/cms/docs_prv/docs/DPR4926cf5b008aa_1.pdf.

LOPES, João Teixeira; DIAS, Isabel (1996) - *Representações estudantis da família e dos amigos: contributos para uma sociologia dos afetos*. [em linha]. p. 55-88. [Consult. em 7 de jan.2013]. Disponível em <http://repositorio-aberto.up.pt/>.

LOPES, João Teixeira (1998) - Sociabilidade e consumos culturais: contributos para uma sociologia da fruição cultural. *Sociologia, Revista da Faculdade de Letras da Universidade do Porto*. p. 179-188.

MAGALHÃES, Dulce (2005) - *Dimensão simbólica de uma prática social: consumo do vinho em quotidianos portuenses*. Dissertação de Doutoramento. Porto: Faculdade de Letras.

MAGALHÃES, Dulce (2010) - *Vinhos: arte e manhas em consumos sociais: a apreensão de uma prática sociocultural em contexto de mudança*. Porto: Edições Afrontamento. ISBN: 987-972-36-1097-0.

MARTINS, Raquel Araújo (2009) - *Jeans, ícone da moda: estudo do comportamento de consumo*. [em linha]. Dissertação de Mestrado. Braga: Universidade do Minho. [consult. em 14 dez. 2012] Disponível em <http://repositorium.sdum.uminho.pt>.

MATTOS, Amana; CASTRO, Lúcia Rebello (2009) - O que é que a política tem a ver com a transformação de si? Considerações sobre a acção política a partir da juventude. *Análise Social*. Vol. XLIV (193):793-823.

MENDES, José Manuel; SEIXAS, Ana Maria (2003) - Escola, desigualdades sociais e democracia: as classes sociais e a questão educativa em Pierre Bourdieu. [em linha]. *Educação, Sociedade e Culturas*. Nº 19. p. 103-129. [Consult. em mar. 2013]. Disponível em <http://www.fpce.up.pt/ciie/revistaesc/ESC19/19-4.pdf>.

MILES, Steven (2003) - Researching youth people as consumers: can and should we ask them why?. *Researching youth*. Editado por Andy Bennett, Mark Cieslik, Steven Miles. 1ª ed. New York: Polgrave Macmillaw. ISBN. 1-4039-0573-8.

MINAYO, Maria Cecília; SANCHES, Odécio (1993) - Quantitativo – qualitativo: oposição ou complementaridade?. *Caderno de Saúde Pública*. [em linha]. Vol.9. Nº3. (Julh./Set.1993). p. 239 -262. [Consult. 10 jan. 2013].

Disponível em <http://www.scielo.br/pdf/csp/v9n3/02.pdf>.

MONTEIRO, Gilson (1997) - *A Metalinguagem das roupas*. [em linha]. p.1-11. [Consult. em 29 nov. 2012].

Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/monteiro-gilson-roupas.pdf>.

NUNES, João Arriscado (1993) - Erving Goffman, a análise de quadros e a sociologia da vida quotidiana. *Revista Crítica de Ciências Sociais*. Nº 37. (Junh.1993). p. 33-49.

NUNES, João Sedas (1998) - Perfis sociais juvenis. *Jovens portuguesas de hoje*. Oeiras: Celta Editora. p. 1-51. ISBN: 972-774-004-9.

PAIS, José Machado (1986) - Paradigmas sociológicos na análise da vida quotidiana. *Análise Social*. Vol. XXII (9):7-57.

PAIS, José Machado (1990a) - A construção sociológica da juventude - alguns contributos. *Análise Social*. Vol. XXV:139-165.

PAIS, José Machado (1990b) - Lazeres e sociabilidades juvenis: um ensaio de análise etnográfica. *Análise Social*. Vol. XXV (108-109): 591-644.

PAIS, José Machado (1993) - *Culturas juvenis*. Lisboa: Imprensa Nacional Casa da Moeda. ISBN: 972-27-0548-2.

PAIS, José Machado (coord.) (1998) - *Gerações e valores na sociedade Portuguesa contemporânea*. Lisboa: Instituto de Ciências Sociais da Universidade Nova de Lisboa. ISBN: 972-96629-2-4.

PAIS, José Machado (coord.) (1999) - *Traços e riscos de vida*. Porto: Editora Âmbar. ISBN: 972-43-0331-4.

PAIS, José Machado (2005) - Jovens e cidadania. *Sociologia - Problemas e Práticas*. Nº 49. p. 53-70.

PAIS, José Machado (2010) - *Lufa-lufa quotidiana: ensaios sobre cidade, cultura e vida urbana*. Lisboa: Imprensa Ciências Sociais: Universidade de Lisboa. ISBN. 978-972-671-268-8.

PAIS, José Machado; FERREIRA, Vítor Sérgio (org.) (2010) - *Tempos e transições de vida: Portugal ao espelho da Europa*. Lisboa: Instituto de Ciências Sociais da Universidade Nova de Lisboa. ISBN: 978-972-671-275-6.

PAPPÁMIKAIL, Lia (2010) - Juventude(s), autonomia e Sociologia: questionando conceitos a partir do debate acerca das transições para a vida adulta. *Sociologia, Revista da Faculdade de Letras da Universidade do Porto*. Vol. XX: 395-410.

PINA, Helena Figueiredo (2006) - *Love brands juvenis: fortes relações de cumplicidade*. [em linha]. p. 1-24. [Consult. em 7 jan. 2013]. Disponível em <http://hdl.handle.net/10400.21/838>.

PINTO, Manuel; TEDESCO, Juan Carlos; PAIS, José Machado [et al.] (1999) - *As pessoas que moram nos alunos: ser jovem, hoje, na escola portuguesa*. Porto: Edições Asa. ISBN. 972-41-2303-0.

QUARESMA, Maria Luísa; ABRANTES, Pedro; LOPES, João Teixeira (2012) - Mundos à parte? Os sentidos da escola em meios sociais contrastantes. *Sociologia - Problemas e Práticas*. ISSN. 0873-6529. Nº 70. p.25-43.

QUEIROZ, Maria Cidália (2006) - “Classes perigosas” ou classes tornadas inúteis?. *Le Monde Diplomatique* - edição portuguesa. (Fev. 2006). p. 1-3.

QUIVY, Raymond; CAMPENHOUDT, LucVan (2003) - *Manual de Investigação em Ciências Sociais*. 3ª ed. Lisboa: Gradiva.

RITZER, George (2000) - *El encanto de un mundo desencantado: revolución en los médios de consumo*. 1ª ed. Barcelona: Editorial Ariel, S.A. ISBN. 84-344-1435-X.

ROBERTS, Ken (2003) - Consumption and youth cultures. *Researching youth*. Editado por Andy Bennett, Mark Cieslik, Steven Miles. 1ª ed. New York: Polgrave Macmillaw. ISBN. 1-4039-0573-8.

SANTOS, Maria Cecília Pereira dos (2007) - *A escola não tem nada a ver. A construção da experiência social e escolar dos jovens do ensino secundário: um estudo sociológico a partir de grupos de discussão*. [em linha]. Dissertação de Doutoramento. Braga: Universidade do Minho - Instituto de Educação e Psicologia. [Consult. em 7 jan. 2013]. Disponível em repositorium.sdum.uminho.pt.

SCHMIDT, Maria Luísa (1985) - A evolução da imagem pública da juventude Portuguesa:1974- 84. *Análise Social*. Vol. XXI (87-88-89): 1053-1066.

SETTON, Maria da Graça Jacintho (2003) - A particularidade do processo de socialização contemporâneo. [em linha]. *Tempo Social, revista de sociologia da USP*. Vol.17. Nº2. p. 335-350. [Consult. em mar. 2013].

Disponível em <http://www.scielo.br/pdf/ts/v17n2/a15v17n2.pdf>.

SETTON, Maria da Graça Jacintho (2009) - A socialização como fato social total: notas introdutórias sobre a teoria do *habitus*. [em linha]. *Revista Brasileira de Educação*. Vol. 14. p. 296-394. [Consult. em mar. 2013].

Disponível em <http://www.scielo.br/pdf/rbedu/v14n41/v14n41a08.pdf>.

SILVA, Sofia Marques da (2010) - *Da casa da juventude aos confins do mundo. Etnografia de fragilidades, medos e estratégias juvenis*. Porto: Edições Afrontamento. ISBN. 978-36-1217-2.

SIMÃO, José Veiga (2012) - Escola e estudantes da Europa. *Sociologia - Problemas e Práticas*. Nº 20. p.153-157.

VALA, Jorge; LOPES, Rui Costa (2010) - Youth attitudes toward difference and diversity: a cross-national analyses. *Análise Social*. Vol. XLV (195): 255-275.

Websites

<http://www.ine.pt>. [Consult. 18 de abril de 2013 às 16:50 horas].

<http://www.iefp.pt>. [Consult. em 18 de abril de 2013 às 17:30].

<http://www.pordata.pt/>. [Consult. 18 de abril de 2013 às 17 horas].

<http://www.cm-vizela.pt/>. [Consult. 10 de dezembro de 2012 às 14 horas].

Anexos

Anexo I - Inquérito por questionário

Faculdade de Letras da Universidade do Porto Mestrado em Sociologia

Inquérito por questionário subordinado ao tema *Práticas de Consumo em Jovens: O Vestuário como Expressão de Sentido e de Integração Social*

O presente inquérito por questionário tem como principal objetivo dar conta de práticas de consumo em Jovens. Com a sua aplicação interessa-nos identificar qual o papel e importância que o vestuário adquire/desempenha na vida quotidiana dos jovens. Procuramos identificar dinâmicas de *apresentação de si*, formas de interação que se estabelecem em torno da indumentária, práticas distintivas, etc.

Para que estes objetivos sejam possíveis precisamos da tua colaboração.

Este questionário prende-se, exclusivamente, com a obtenção de dados para efeitos da investigação acima apresentada, ficando também garantido o anonimato.

Pedíamos que respondesses com sinceridade a todas as perguntas. Obrigada.

Grupo 1: Práticas de consumo em Jovens: enfoque no vestuário

P.1.1: Costumas ir às compras para adquirir vestuário com frequência?

- (a) Sim, com bastante frequência ☐
- (b) Sim, com alguma frequência ☐
- (c) Raramente ☐
- (d) Nunca ☐

P.1.2: Em média, quantas vezes vais às compras para adquirir vestuário?

- (a) 1 vez por semana ☐
- (b) 1 vez em cada 2 semanas ☐
- (c) 1 vez por mês ☐
- (d) 1 vez de 3 em 3 meses ☐
- (e) 1 vez de 6 em 6 meses ☐
- (f) 1 vez por ano ☐
- (g) Outra: Qual?.....

P. 1.3: Habitualmente, com quem costumavas fazer as tuas compras de vestuário?

- (a) Pai ☐
- (b) Mãe ☐
- (c) Irmãos ☐
- (d) Amigos (do mesmo sexo) ☐
- (e) Amigos (de sexo diferente) ☐
- (f) Sozinho (a) ☐
- (g) Namorado(a) ☐
- (h) Outra: Qual?.....

P.1.4: Em média, quanto dinheiro gastas em roupa quando vais às compras?

- (a) Até 30 € ☐
- (b) 31-50 € ☐
- (c) 51-80€ ☐
- (d) 81-100€ ☐
- (e) + de 100€ ☐

P1.5. Se respondeu mais de 100€ na pergunta anterior indica, por favor, um valor aproximado-----

P.1.6: Habitualmente, onde costumás comprar a tua roupa?

- (a) No Centro comercial ☐
- (b) Em lojas de marca nos centros comerciais ☐
- (c) Em lojas de marca fora dos centros comerciais ☐
- (d) Em lojas de roupa fora dos centros comerciais ☐
- (e) Em Hipermercados ☐
- (f) Em *Outlets* ☐
- (g) Em feiras ☐
- (h) Em feiras de artigos de 2ª mão ☐
- (i) Em “lojas dos chineses” ☐
- (j) Outra: Qual?.....’ ☐

P.1.7: Em geral, que tipo de peça de vestuário mais compras?

- (a) Camisolas ☐
- (b) Casacos ☐
- (c) Camisas/blusas ☐
- (d) Calças ☐
- (e) Vestidos ☐
- (f) Saias ☐
- (g) blusões ☐
- (h) Calções/*Shorts* ☐
- (i) roupa interior ☐
- (j) Outra: Qual? ☐

P.1.8: Porquê?

Grupo 2: Avaliação da opinião dos jovens face ao vestuário

P.2.1: Das seguintes afirmações, relativamente à importância do vestuário, refere o teu grau de concordância:

	Discordo totalmente (1)	Discordo (2)	Indiferente (3)	Concordo (4)	Concordo totalmente (5)
(a) No meu grupo de amigos sou a pessoa que menos vezes compra roupa;					
(b) A roupa não é importante para mim;					
(c) Sou bastante conhecedor(a) das tendências de vestuário;					
(d) No meu grupo de amigos estou entre as pessoas que tem menos peças de roupa;					
(e) No meu grupo de amigos sou a pessoa a quem mais vezes recorrem para informações sobre vestuário e moda;					
(f) Compro roupa unicamente quando necessito;					
(g) Gosto de comprar roupa nova;					
(h) Em geral, pode dizer-se que sou um(a) apaixonado(a) por roupa/vestuário.					
(i) O estilo de vestuário utilizado pelos jovens permite a sua integração ou exclusão de um grupo					

P.2.2: Quando vais para a escola/local de trabalho quanto tempo demoras, em média, a arranjar-te?

- (a) Menos de 30 minutos ☐
- (b) Cerca de 30 minutos ☐
- (c) Cerca de 1 hora ☐
- (d) Cerca de 1h e 30 minutos ☐
- (e) Cerca de 2 horas ☐
- (f) Outra: Qual?....

P.2.3: E quando vais sair à noite, por exemplo para um bar, quanto tempo demoras?

- (a) Menos de 30 minutos ☐
- (b) Cerca de 30 minutos ☐
- (c) Cerca de 1 hora ☐
- (d) Cerca de 1h e 30 minutos ☐
- (e) Cerca de 2 horas ☐
- (f) Outra: Qual?.....

P.2.4: Escolhes a roupa que vais vestir em função dos contextos sociais (ex.: escola/local de trabalho, bar) em que te apresentas?

- (a) Sim ☐
- (b) A maior parte das vezes sim ☐
- (c) Não ☐
- (d) A maior parte das vezes não ☐
- (e) Outra: Qual?.....

P: 2.5: Porquê?

P.2.6: Quando vais para escola/local de trabalho como te costumavas vestir, de um modo geral?

P.2.7: Porquê?

P.2.8: E quando vais sair à noite, por exemplo para um bar?

P.2.9: Porquê?

P.2.10: Das seguintes afirmações, relacionadas com a perceção relativa à imagem pessoal, refere o teu grau de concordância:

	Discordo totalmente (1)	Discordo (2)	Indiferente (3)	Concordo (4)	Concordo totalmente (5)
(a) Para mim a imagem é muito importante;					
(b) Nunca saio de casa sem arranjar o cabelo e colocar perfume (se for rapaz);					
(c) Nunca saio de casa sem me maquilhar, arranjar o cabelo e colocar perfume (se for rapariga);					
(d) Para mim a imagem não é o mais importante;					

(e) Ao vestir-me tenho em atenção a escolha de peças que conjuguem entre si;					
(f) A imagem (ex.: a forma como me visto) ajuda-me a fazer amizades;					
(g) O meu grupo de amigos tem um estilo parecido com o meu;					
(h) A imagem que adotamos quotidianamente (ex. : a roupa que vestimos) é uma forma de nos distinguirmos socialmente dos outros;					
(i) A minha imagem - a forma como me visto- permitiu-me integrar no meu atual grupo de amigos;					
(j) Através da imagem expressamos características pessoais/ traços de personalidade;					
(l) Gosto de me diferenciar pela minha imagem, a roupa é um meio privilegiado para o fazer;					
(m) Através da imagem (ex.: roupa que vestimos) é possível identificar a classe social de pertença;					
(n) A imagem pessoal, para a qual o vestuário contribui, é muito importante pelo facto de ser um fator socialmente valorizado.					

P.2.11: Qual a importância que as marcas de vestuário têm para ti?

- (a) Importantíssimas ☐
- (b) Muito importantes ☐
- (c) Pouco importantes ☐
- (d) Indiferentes ☐
- (e) Nada importantes ☐

P.2.12: Porquê?

P. 2.13: Com qual dos tipos de vestuário mais te identificas?

- (a) Desportivo ☐
- (b) Casual ☐
- (c) Punk ☐
- (d) Gótico ☐
- (e) Outro: Qual?.....

P.2.14: O que pensas sobre a seguinte afirmação? “O vestuário é comunicação e, através dele, transmitimos aos outros uma dada imagem de nós”.

- (a) Discordo totalmente ☐
- (b) Discordo ☐
- (c) Indiferente ☐
- (d) Concordo ☐
- (e) Concordo totalmente ☐

P.2.15: De uma forma geral, através das roupas que usas que imagem de ti procuras fazer passar? (apenas 1 opção).

- (a) A de alguém descontraído/cool ☐
- (b) A de alguém alegre ☐
- (c) A de alguém que pertence a determinado grupo ☐
- (d) A de alguém que não dá muita importância à roupa ☐
- (e) A de alguém que se pretende distinguir pela imagem ☐
- (f) Outra: Qual?.....

2.16: Se respondeu (c), por favor, especifica.....

P.2.17: Qual das seguintes expressões melhor define o que sentes e/ou pensas depois de comprares uma peça de roupa? (apenas 1 opção).

(a) Sinto alegria/satisfação

☐

(b) Uma grande vontade de fazer uso imediato da peça adquirida

☐

(c) É apenas uma peça de roupa

☐

(d) Os meus amigos “vão-me achar o máximo”

☐

(e) Os meus amigos vão sentir inveja de mim

☐

(f) Outra: Qual?.....

P. 2.18: Se te pedisse para definires, numa palavra, a importância do vestuário para ti, enquanto jovem, que palavra utilizarias?

Grupo 3: Caracterização Social do Jovem

P.3.1: Caracterização geral do Jovem:

(a) Sexo Feminino: ----

(b) Sexo Masculino: ----

(c) Idade: ----anos

(d) Local de residência: -----

P.3.2: Perfil social do jovem:

(a) Estudante	(b) Trabalhador	(c) Estudante/Trabalhador

P.3.3: Se estudante:

(a) Ano de estudo	(b) Área de estudo

NOTA: Se trabalhador responde conjuntamente às perguntas do grupo 4 relativas à caracterização familiar do jovem.

Grupo 4: Caracterização Familiar do Jovem

P.4.1: Caracterização social dos pais:

	Idade

P.4.2: Instrução dos pais (e do inquirido se trabalhador): Nível mais elevado concluído

	Pai (1)	Mãe (2)	Inquirido (3)
(a) Não sabe ler nem escrever			
(b) Sabe ler e escrever mas sem grau de ensino			
(c) 1º Ciclo do ensino básico (4ª classe)			
(d) 2º Ciclo do ensino básico (6º ano, 2º ano do ciclo preparatório)			
(e) 3º Ciclo do ensino básico (9º ano, antigo 5º ano do liceu)			
(f) Ensino Secundário (12º ano, antigo 7º ano do liceu)			
(g) Bacharelato			
(h) Licenciatura			
(i) Pós-Graduação			
(j) Mestrado			
(l) Doutoramento			
(m) Outra: Qual?			

P:4.3: Qual a principal fonte de rendimento dos teus pais (e do inquirido se trabalhador) (atual ou última no caso de não estar a trabalhar mas já ter trabalhado ou falecido) (apenas 1 opção):

	Pai (1)	Mãe (2)	Inquirido (3)
(a) Trabalho			
(b) Subsídio de Desemprego			
(c) Rendimentos (ex.: por via de arrendamentos)			
(d) Pensão de Invalidez			
(e) Assistência Social (ex.: ajudas de instituições de solidariedade social)			
(f) Ajudas de Terceiros (ex.: Familiares)			
(g) Remessas de Emigrantes			
(h) Rendimento Social de Inserção			
(i) Outra: Qual?			

P.4.4: Condição perante o trabalho dos pais (e inquirido se trabalhador) (atual ou última no caso de não estar a trabalhar mas já ter trabalhado ou falecido):

	Pai (1)	Mãe (2)	Inquirido (3)
(a) Exerce profissão/trabalha			
(b) Ocupa-se exclusivamente das tarefas do lar			
(c) Incapacitado permanente perante o trabalho			
(d) Desempregado			
(e) Reformado			
(f) Outro: Qual?			

P.4.5: Profissão principal exercida pelos pais (e inquirido se trabalhador) (atual ou última no caso de não estar a trabalhar mas já ter trabalhado ou falecido):

Pai (1)	
Mãe (2)	
Inquirido (3)	

P.4.6: Situação na profissão principal dos pais (e inquirido se trabalhador) (atual ou última que exerceu no caso de não trabalhar mas já ter trabalhado ou falecido):

	Pai (1)	Mãe (2)	Inquirido (3)
(a) Patrão			
(b) Trabalhador por conta própria com trabalhadores (isolado)			
(c) Trabalhador por conta própria sem trabalhadores (isolado)			
(d) Trabalhador por conta de outrem (assalariado)			
(e) Outra: Qual?			

P.4.7: (Só no caso de ser patrão ou de ter trabalhadores a cargo) Número de trabalhadores a cargo (indicar, mesmo no caso de não trabalhar mas já ter trabalhado ou já ter falecido)

	Pai (1)	Mãe (2)	Inquirido (3)
(a) Menos de 6			
(b) 6 a 49			
(c) 50 a 99			
(d) Mais de 100			
(e) Não se aplica			

P.4.8: (No caso de assalariados): Qual a função desempenhada na profissão pelos pais (e inquirido no caso de trabalhador) (atual ou última no caso de não estar a trabalhar mas já ter trabalhado ou já ter falecido)?:

	Pai (1)	Mãe (2)	Inquirido (3)
(a)Dirigente/Gestor de Topo			
(b)Quadro ou gestor intermédio			
(c)Chefia direta ou primeira chefia			
(d)Encarregado geral			
(e)Posição acentuada de autonomia			
(f)Executante sem lugar de chefia			
(g)Outra: Qual?			

P.4.9: Caracterização social dos irmãos:

Número de irmãos	Idade (2)	Sexo (3)		Grau de ensino que frequenta (4)					Profissão que exerce (f)
		Fem. (a)	Mas. (b)	Não está em idade escolar (a)	1º Ciclo (b)	2º Ciclo (c)	3º Ciclo (d)	Universidade (e)	
(a) 1									
(b) 2									
(c) 3									
(d) Mais de 3:									

P.4.10: Para além dos irmãos, qual o número de elementos que fazem parte do teu grupo doméstico (familiares e não familiares com os quais resides)?

Parentesco com o Inquirido (1)	Sexo (2)		Idade (3)
	Masculino (a)	Feminino (b)	
1:			
2:			
3:			
4:			
5:			

Mais uma vez, obrigada pela tua colaboração!

Se estiveres disposto a conceder uma entrevista para complementar a informação sobre a temática em estudo, por favor indica o contacto:

Anexo II - Entrevista semidiretiva

Faculdade de Letras da Universidade do Porto

Mestrado em Sociologia

Guião de entrevista semidiretiva

Grupo alvo: Jovens na faixa etária dos 15-20 anos

1: Apresentação:

1.1: Apresentação da entrevistadora;

1.2: Breve apresentação do tema da entrevista;

1.3: Informar sobre confidencialidade; pedir autorização para gravar a entrevista; colocar o entrevistado à-vontade para o esclarecimento de qualquer dúvida.

2: Questões a desenvolver:

2.1: Podes falar-me, um pouco, do que significa, para ti, ser jovem?

- Procurar que o jovem desenvolva uma definição de juventude (a sua definição de juventude);

2.2: “Ser jovem hoje é diferente de sê-lo há uns anos atrás”. O que achas desta afirmação? Concordas? Em que medida? (Quais serão as principais diferenças existentes, na tua ótica?)

2.3: Como é que achas que os adultos entendem/percecionam os jovens?

2.4: Colocando o enfoque no vestuário: fala-me um pouco acerca da tua perceção sobre o vestuário; por exemplo, achas que o vestuário te ajuda, enquanto jovem, a definir a tua

posição na sociedade, ou melhor, nos contextos sociais em que te moves (ex: na escola, no convívio com os amigos)?

- Procurar que desenvolva qual a imagem que pretende transmitir com o vestuário que usa;
- Procurar perceber se entende o vestuário como um meio privilegiado através do qual pode afirmar a sua de identidade pessoal e social (de pertença a uma classe social, a um grupo amical; enquanto jovem na sociedade);

2.5: O vestuário ajuda-te, ou melhor, permite-te realizar uma categorização dos outros? Em que medida o vestuário te ajuda a categorizar os outros?

- Procurar perceber qual o código de perceção dos outros que o jovem aciona em função do vestuário, enquanto objeto simbólico imediatamente acessível (identificação das categorias de perceção acionadas em interação social, por exemplo quando conhece alguém que leitura, desde logo, constrói da pessoa pela imagem.

2.6: Alguma vez ouviste algum tipo de comentário (pejorativo ou agradável) relativo à tua imagem (para a qual o vestuário contribui)? Se sim, podes identificar o que sentiste?

2.7: Costumas tecer comentários relativamente à forma como os outros jovens (amigos, colegas, conhecidos) se apresentam?

2.8: Consideras que há formas corretas e formas erradas dos jovens se vestirem?

2.9: Se sim, podes dar exemplos?

2.10: Consideras que os jovens de um grupo se devem apresentar com estilos idênticos?

Obrigada pela colaboração!

Anexo III - Grelha de observação direta

Grelha de Observação Direta

- 1.Local;
- 2.Caracterização do Local (disposição do espaço);
- 3.Hora da observação;
- 4.Data da observação;
- 5.Tempo da observação;
- 6.Condições meteorológicas;
- 7.O que se consome;
- 8.Como se consome;
- 9.Com quem se consome;
- 10.Vestuário utilizado: Características/tendências;
- 11.Marcas de vestuário privilegiadas;
- 12.Identificação de grupos: Características que se podem identificar em termos da imagem tendo em conta a questão do grupo;
- 13.Capacidade de uso/manipulação de vestuário, enquanto instrumento ao serviço da imagem pessoal (ter em conta as diferenças entre os géneros);
- 14.Apropriação do espaço (o corpo no espaço)_ forma de estar,
- 15.Relacionamentos dos jovens em grupo;

Anexo IV - Tendências populacionais em Vizela entre 2001 e 2011

Grupos etários (por ciclos de vida)	População residente		
	Censos de 2001 (N)	Estimativas a 31/12/2008 (N)	Censos de 2011 (N)
0-14	4857	4204	3978
15-24	3598	3493	3258
25-64	12.195	14.145	12.020
65_e + anos	1945	2635	2621
Total	22.595	24.477	23736

Fonte: Diagnóstico Social de Vizela, 2010 -2015 e dados disponibilizados pelo Instituto Nacional de Estatística (INE)

Anexo V - Ganho médio mensal no Concelho de Vizela segundo o setor de atividade e o sexo

Ganho Mensal em Euros			
Setor de Atividade	Homens	Mulheres	Total
Primário	475,17	417,57	460,77
Secundário	674,13	526,16	594,16
Terciário	757,47	671,74	710,04
Total	692,95	561,55	621,61

Fonte: Diagnóstico Social de Vizela, 2010 - 2015 :13

Anexo VI - Local de residência dos inquiridos

Local de residência	“n”	(%)
Guimarães	2	2,0
Infias	1	1,0
Lordelo	1	1,0
Lustosa	3	3,0
Moreira	1	1,0
Raimonda	2	2,0
Regilde	1	1,0
Santa Eulália	17	17,0
Santo Adrião	2	2,0
Tagilde	6	6,0
Vilarinho	1	1,0
Vizela	63	63,0
Total	100	100,0

Anexo VII - Perfil social dos inquiridos

Perfil social dos jovens	“n”	(%)
Estudante	91	91,0
Trabalhador	6	6,0
Estudante/Trabalhador	2	2,0
À data da inquirição não se encontra nem a estudar nem a trabalhar	1	1,0
Total	100	100,0

Anexo VIII - Ano de estudo dos inquiridos

Ano de estudo	“n”	(%)
1º Ano de Licenciatura	3	3,2
2º Ano de Licenciatura	1	1,1
3º Ano de licenciatura	2	2,2
10º ano	38	40,9
11º ano	22	23,7
12º ano	26	28,0
Sem informação	1	1,1
Total	93	100,0

Anexo IX - Condição perante o trabalho do inquirido (quando trabalhador)

Condição perante o trabalho do inquirido (quando trabalhador)	Inquirido	
	“n”	(%)
Exerce profissão/trabalha	8	100,0
Ocupa-se exclusivamente das tarefas do lar	0	0,0
Incapacitado permanente perante o trabalho	0	0,0
Desempregado	0	0,0
Reformado	0	0,0
Outra: Qual?	0	0,0
Total	8	100,0

Anexo X - Situação na profissão do inquirido (quando trabalhador)

Situação na profissão do inquirido (quando trabalhador)	Inquirido	
	“n”	(%)
Patrão	0	0,0
Trabalhador por conta própria com trabalhadores	0	0,0
Trabalhador por conta própria sem trabalhadores	0	0,0
Trabalhador por conta de outrem	8	100,0
Outra: qual?	0	0,0
Total	8	100,0

Anexo XI - Pessoas com as quais os inquiridos, habitualmente, residem

	“n”	(%)
Sozinho	1	1,0
Com os pais	18	18,0
Com os pais e irmãos	62	62,0
Com os pais e avós	3	3,0
Com os pais, irmãos e avós	5	5,0
Mãe	2	2,0
Pai	0	0,0
Mãe e irmãos	2	2,0
Pai e irmãos	1	1,0
Mãe e avós	2	2,0
Pai e avós	0	0,0
Outra: Qual?	4	4,0*
Total	100	100,0

* 2= situação de reconfiguração familiar por entrada masculina (padrasto, mãe e irmãos; padrasto, mãe e avós)

1= Situação de coabitação com família de acolhimento

1= situação de coabitação com pai, mãe e primo

Anexo XII - Idade dos pais

	Pai		Mãe	
Idade dos pais (por categorias etárias)	“n”	(%)	“n”	(%)
35-40 anos	14	14,0	27	27,0
41-45 anos	38	38,0	39	39,0
46-50 anos	27	27,0	26	26,0
51-55 anos	18	18,0	7	7,0
56-60 anos	2	2,0	1	1,0
61-65 anos	1	1,0	0	0,0
Total	100	100,0	100	100,0
Média	46,04		43,84	
Moda	45		40 e 43*	

*Idades que aparecem, em igual percentagem (11%), como moda da amostra

Anexo XIII- Principal fonte de rendimento dos pais

Principal fonte de rendimento dos pais	Pai		Mãe	
	“n”	(%)	“n”	(%)
Trabalho	93	93,0	81	81,0
Subsídio de desemprego	2	2,0	7	7,0
Rendimentos	0	0,0	0	0,0
Pensão de invalidez	2	2,0	0	0,0
Assistência Social	0	0,0	0	0,0
Ajudas de terceiros	0	0,0	1	1,0
Remessas de emigrantes	0	0,0	0	0,0
Rendimento social de inserção	0	0,0	0	0,0
Outra: Qual?	3*	0,0	11**	11,0
Total	100	100,0	100	100,0

Nota: *Outra qual: dois casos relativos a situação de desemprego em que já não recebe pensão; 1 caso de pensão de reforma

**Outra qual: seis casos relativos à situação de doméstica e 5 relativos à situação de desemprego em que já não recebe pensão

Anexo XIV - Tipo do agregado familiar

Tipo de agregado doméstico	“n”	(%)
Pessoas sós	1	1,0
Várias pessoas sem estrutura conjugal	1	1,0
Casais sem filhos (sem outros)	0	0,0
Casais com filhos	80	80,0
Pai/mãe com filhos (sem outros)	5	5,0
Famílias simples alargadas	11	11,0
Famílias múltiplas	2	2,0
Total	100	100,0

Fonte: Mário Leston Bandeira - Demografia e Modernidade: Família e Transição Demográfica em Portugal

Anexo XV - Grandes grupos profissionais dos pais e inquirido (quando trabalhador)

	Pai		Mãe		Inquirido (se trabalhador)		
Grupos de profissões	“n”	(%)	“n”	(%)	“n”	(%)	Total
Profissões das Forças Armadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Representantes do poder legislativo e de órgãos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Especialistas das profissões intelectuais e científicas	0	0,0	1	1,0	0	0,0	1
Técnicos e profissões de nível intermédio	5	5,0	1	1,0	1	12,5	7
Pessoal administrativo	5	5,0	4	4,0	1	12,5	10
Trabalhadores dos serviços, de proteção e segurança e vendedores	9	9,0	16	16,0	1	12,5	26
Agricultores e trabalhadores qualificados da agricultura, da pesca e da floresta	2	2,0	0	0,0	0	0,0	2
Trabalhadores qualificados da indústria, construção e artífices	69	69,0	70	70,0	4	50,0	143
Operadores de instalações e máquinas e trabalhadores da montagem	6	6,0	0	0,0	1	12,5	7
Trabalhadores não qualificados	4	4,0	8	8,0	0	0,0	12
Total	100	100,0	100	100,0	8	100,0	

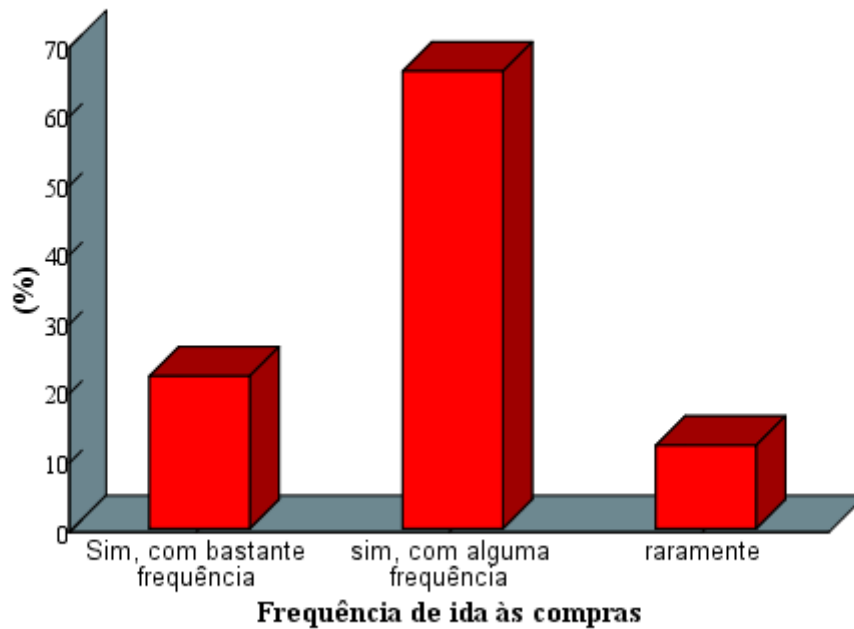
Fonte: Classificação Portuguesa das Profissões 2010_ Edição de 2011. Instituto Nacional de Estatística, I.P.

Anexo XVI - Dimensão do agregado familiar

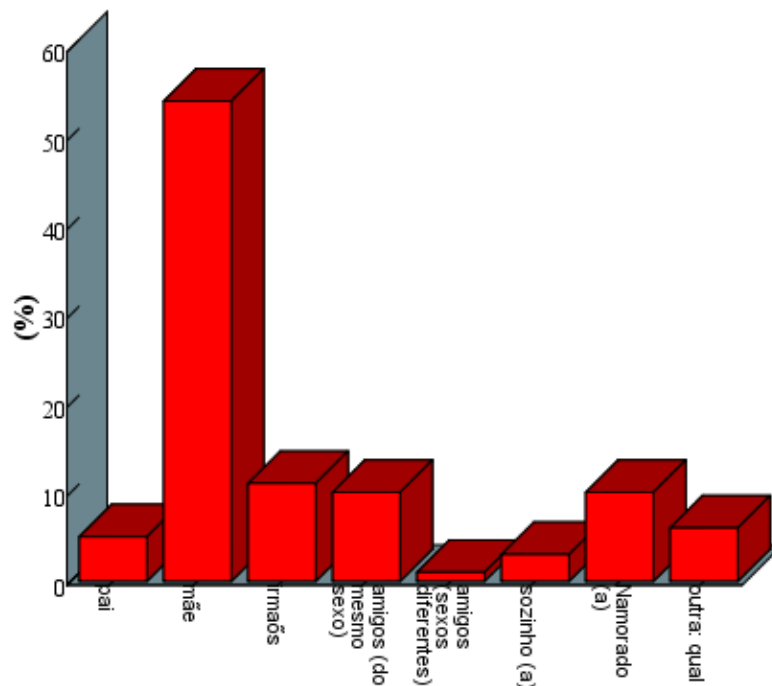
Dimensão do agregado doméstico	“n”	(%)
Isolados	1	1,0
Famílias reduzidas	74	74,0
Famílias medianas	22	22,0
Famílias numerosas	2	2,0
Sem informação	1	1,0
Total	100	100,0

Fonte: Mário Leston Bandeira - Demografia e Modernidade: Família e Transição Demográfica em Portugal

Anexo XVII - Frequência com que os jovens vão às compras para adquirir vestuário



Anexo XVIII - Pessoa(s) com a(s) qual (ais) os jovens, habitualmente, efetuam as suas compras de vestuário

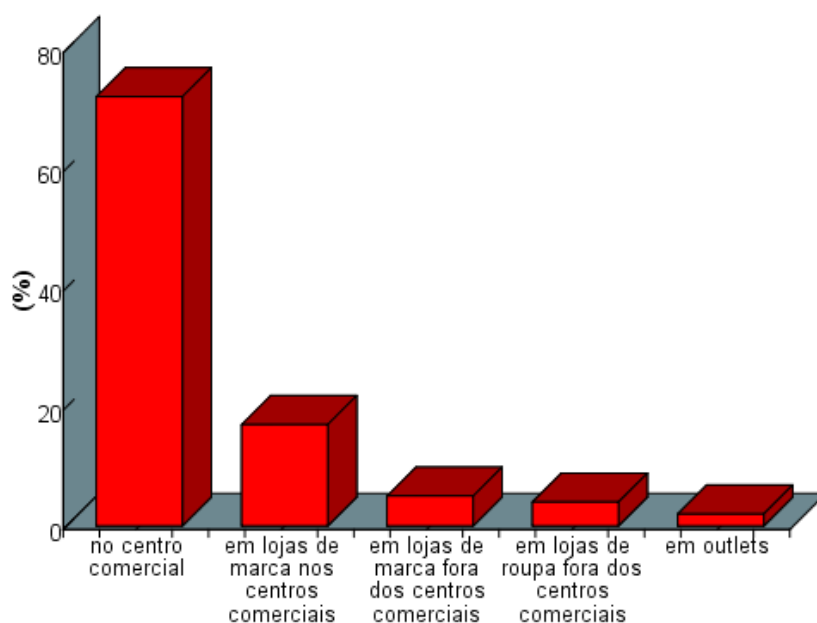


Pessoas com as quais os jovens realizam as compras de vestuário

Anexo XIX - Lugar de classe de família por quantia despendida acima dos 100 € nas compras de vestuário

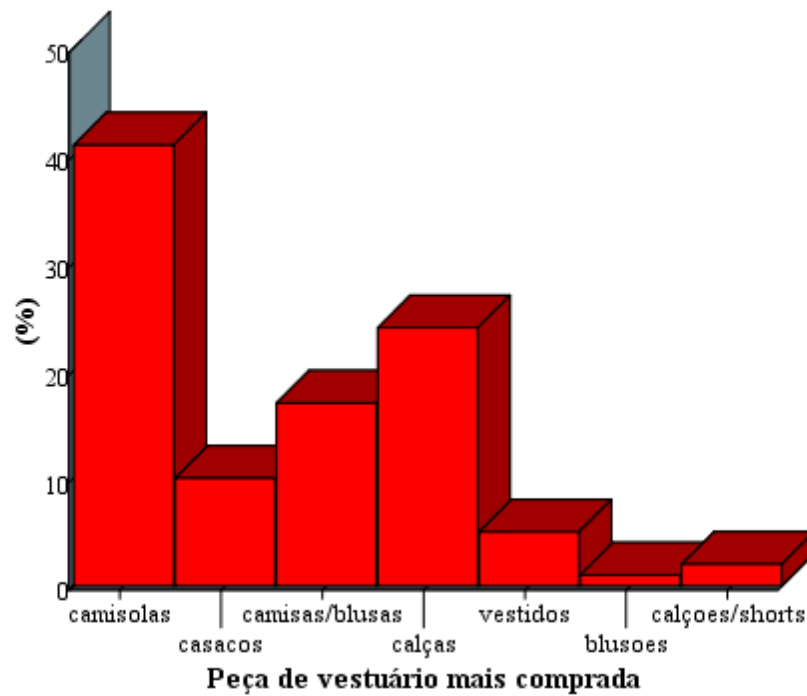
		Quantia despendida acima dos 100 € nas compras de vestuário										Total	
		110 €		120€		130€		150€		200€			
		“n”	(%)	“n”	(%)	“n”	(%)	“n”	(%)	“n”	(%)		
Lugar de classe de família Categorias	BEP	0	0,0	1	100,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	100,0	
	BD												
	BP	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	100,0	100,0	
	BDP												
	PBIC												
	PBTEI	0	0,0	0	0,0	1	50,0	0	0,0	1	50,0	100,0	
	PBIP												
	PBA												
	PBPA	1	100,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	100,0	
	PBAP												
	PBE	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	100,0	0	0,0	100,0	
	PBEP												
	OI												
	AO												
	OIA												
OP													
Total		1	16,7	1	16,7	1	16,7	1	16,7	2	33,3	6	100,0

Anexo XX - Local onde os jovens, habitualmente, efetuam as suas compras de vestuário



Local onde os jovens, habitualmente, realizam as suas compras de vestuário

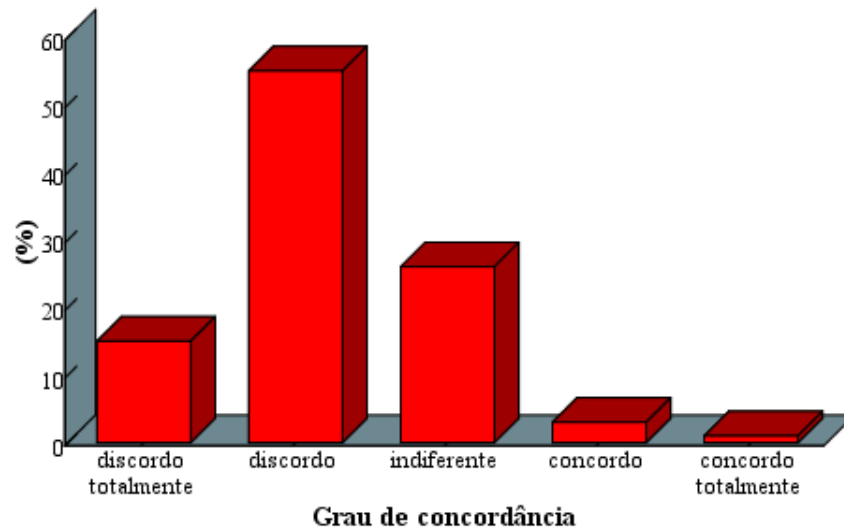
Anexo XXI - Peça de roupa que os jovens mais compram



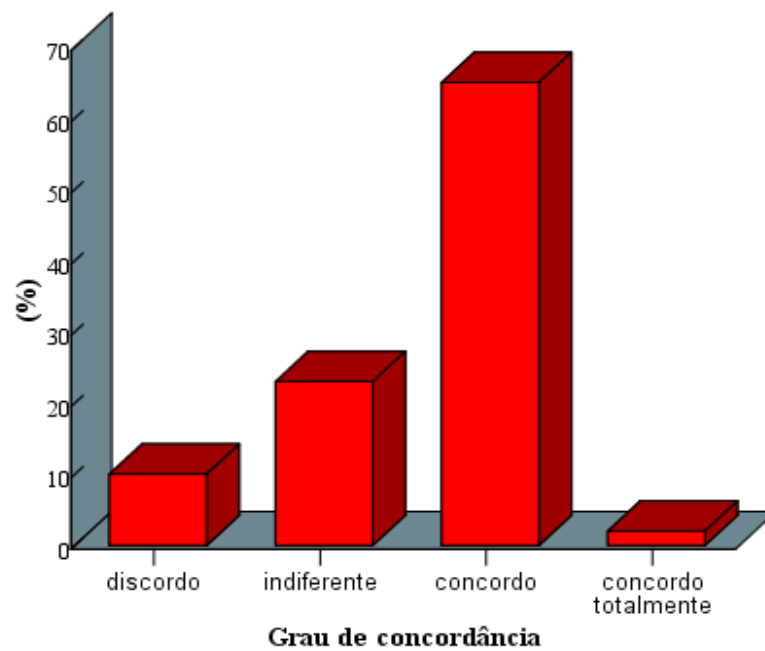
Anexo XXII - Grau de concordância relacionado com a perceção relativa à imagem pessoal (%)

Afirmações apresentadas	Discordo totalmente	Discordo	Indiferente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Para mim a imagem não é o mais importante	7,0	37,0	12,0	42,0	2,0	100,0
A imagem (ex.: a forma como me visto) ajuda-me a fazer amizades	3,0	40,0	34,0	21,0	2,0	100,0

Anexo XXIII- Grau de concordância relativo à noção de que a forma de vestir permitiu a integração no atual grupo de amigos



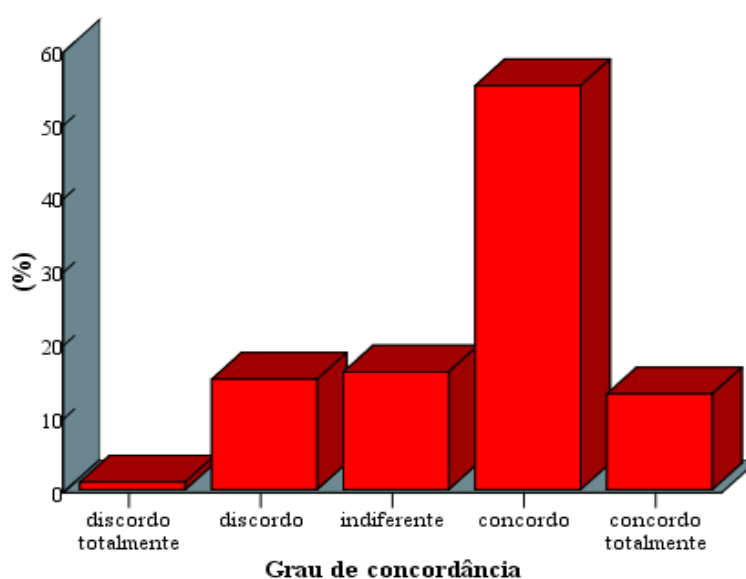
Anexo XXIV - Grau de concordância relativo à noção de que o grupo de amigos tem um estilo de apresentação semelhante



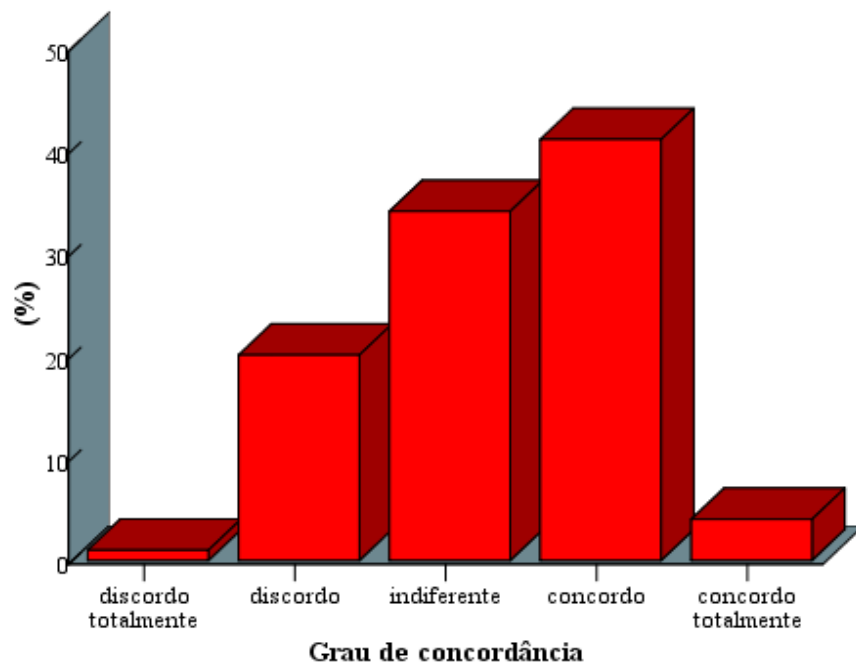
Anexo XXV - Tempo despendido pelos jovens ao arranjarem-se para a escola/local de trabalho e bar/pub

Tempo despendido pelos jovens ao arranjarem-se para a escola/local de trabalho e bar/pub					
Escola/local de trabalho			Bar/pub		
Opções de resposta	“n”	(%)	Opções de resposta	“n”	(%)
Menos de 30 minutos	44	44,0	Menos de 30 minutos	13	13,0
Cerca de 30 minutos	41	41,0	Cerca de 30 minutos	36	36,0
Cerca de 1 hora	14	14,0	Cerca de 1 hora	32	32,0
Cerca de 1 hora e 30 minutos	1	1,0	Cerca de 1 hora e 30 minutos	12	12,0
Cerca de 2 horas	0	0,0	Cerca de 2 horas	6	6,0
Outra: Qual	0	0,0	Outra: Qual	1	1,0
Total	100	100,0	Total	100	100,0

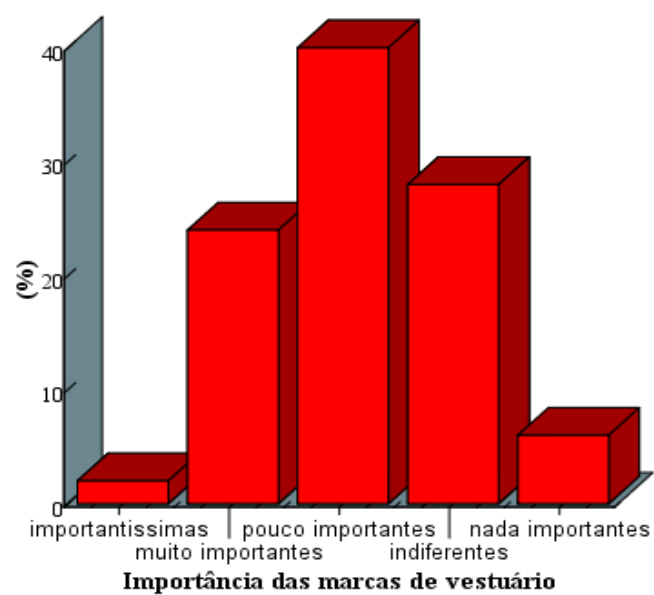
Anexo XXVI - Grau de concordância relativo à noção de que através do vestuário expressamos características pessoais/traços de personalidade



Anexo XXVII- Grau de concordância relativo à afirmação: “gosto de me diferenciar pela imagem, a roupa é um meio privilegiado para o fazer”



Anexo XXVIII - Grau de importância que as marcas de vestuário adquirem para os jovens



Anexo XXIX - Grau de concordância relativo à afirmação: “o vestuário é comunicação e através dele transmitimos aos outros uma dada imagem de nós”

Grau de concordância relativamente à afirmação: “o vestuário é comunicação e através dele transmitimos aos outros uma dada imagem de nós”		
Grau de concordância	“n”	(%)
Discordo totalmente	0	0,0
Discordo	13	13,0
Indiferente	22	22,0
Concordo	59	59,0
Concordo totalmente	6	6,0
Total	100	100,0

Anexo XXX - Imagem que o jovem procura fazer passar através do vestuário

Imagem que o jovem procura fazer passar através do vestuário		
Opções de resposta	“n”	(%)
A de alguém descontraído/cool	43	43,0
A de alguém alegre	43	43,0
A de alguém que pertence a determinado grupo	0	0,0
A de alguém que não dá muita importância à roupa	8	8,0
A de alguém que se pretende distinguir pela imagem	4	4,0
Outra: Qual	2	2,0
Total	100	100,0

Anexo XXXI - Expressão que melhor define o que os jovens sentem e /ou pensam após a compra de uma peça de roupa

Expressão que melhor define o que os jovens sentem e/ou pensam após a compra de uma peça de roupa		
Opções de resposta	“n”	(%)
Sinto alegria/satisfação	39	39,0
Uma grande vontade de fazer uso imediato da peça adquirida	39	39,0
É apenas uma peça de roupa	20	20,0
Os meus amigos “vão-me achar um máximo”	0	0,0
Os meus amigos vão sentir inveja de mim	0	0,0
Outra: Qual?	2	2,0
Total	100	100,0

Problemática (Categorias de análise)	Síntese	Exertos
O que entendem os jovens sobre a sua própria condição - a juventude.	A questão da liberdade parece ser a ideia principal relativa à consideração que os jovens têm sobre a sua juventude - ser jovem é ser livre, porventura não totalmente, mas ter essa possibilidade de afastar certas dificuldades da sua rotina diária - terão tempo para delas se ocuparem logo mais quando forem mais velhos.	“Bem ser jovem é... estudar, principalmente é estudar e sei lá... não ter tantas responsabilidades, pronto nós não temos que pagar nada, temos o miminho dos pais, (...) e também temos alguma liberdade” (Raquel, 16 anos⁴⁶). “Ser jovem é ... sei lá... não estar sempre sério... acho que quando for mais velho tenho tempo para... fazer outras coisas” (João, 15 anos). “No meu caso acho que ser jovem tipo é não ter a liberdade toda para fazer tudo mas sim ter liberdade para fazer certas coisas com os amigos, neste caso quando estamos, por exemplo, numa relação amorosa que é o meu caso tipo ser jovem tipo temos que conciliar as duas coisas porque é muito complicado quando se tem namorado e depois tem-se um grupo de amigos, porque ele [o namorado] vem aí não sei quê temos que estar juntos (...) tipo trocas-me pelos teus amigos, pronto ser jovem é ter a liberdade mas não toda, ter um pouco pelo menos” (Ana, 17 anos). “Eu acho que ser jovem é ser livre, pronto não ter tantas responsabilidades” (Carolina, 17 anos).
Identificação das diferenças entre ser jovem hoje e sê-lo há uns anos atrás.	Todos os inquiridos concordam com o facto de que hoje os jovens vivem a sua juventude de forma distinta do que faziam, por exemplo, os seus pais. Os horários são mais flexíveis e parece que também a forma de vestir se torna mais dinâmica e aberta.	“A liberdade que se dá agora, dá-se muito mais liberdade agora do que se dava há uns anos atrás. Eu acho que sim, agora, por exemplo, vejo muita gente nova numa discoteca, antigamente aos dezasseis já era até às onze da noite e e... e o meu avô, a mãe do meu avô já foi muito liberal, porque senão horas para estar em casa eram horas para estar em casa”; Entrevistadora: “E em termos de educação, achas mesmo que é só isso?” Entrevistada: “Não, em educação os pais preocupam-se mais com a educação dos filhos (...) mas também são outros tempos agora,

⁴⁶ Todos os nomes atribuídos aos entrevistados são ficcionados

		antigamente... agora também se vivem algumas dificuldades, certo? Mas antigamente as pessoas tinham os filhos... (...) por exemplo, a maior parte dos pais trabalhavam na agricultura e isso tudo então os filhos serviam para continuar os seus trabalhos (...)"(Raquel, 16 anos). _[concordo, que ser jovem hoje é distinto]; Claro, eles [os pais] não tinham tanta liberdade" Entrevistadora: _"E achas que é melhor ser jovem nos dias de hoje do que no tempo dos teus pais, por exemplo? " Entrevistado: _"Sim, tem mais tecnologia para nos divertirmos e para passar o tempo, antes não havia nada"(João, 15 anos). _ "Eu acho que hoje em dia temos mais liberdade do que antigamente pelo menos pelo ponto de vista da minha que tem 32 anos, eu tenho 17. Ela conta-me daquilo que fazia na altura dela e eu ponho-me assim a pensar comparado com o que fazemos hoje isso não é nada, é mesmo muito, completamente diferente, eu acho". Entrevistadora: _"Quais serão as principais diferenças?" Entrevistada: _"Os horários, principalmente. A minha irmã diz-me que, por exemplo, no inverno tinha uma hora certa, saía às três e às cinco já tinha que estar em casa. Se fosse no Verão já saía às três mas às sete tinha que estar em casa. Nós agora, nestes tempos, chegamos mais ou menos quando queremos, cinco, seis da manhã. O modo de vestir também é diferente. Segundo a minha irmã ele não se podiam vestir assim como nós, de forma mais liberta". Entrevistadora: _"Mais extravagante?" Entrevistada: _"Sim, sim, eles naquela altura segundo o que minha irmã me diz eles não usavam assim muitas saias curtinhas como nós agora usamos, nem calções, nem as camisas amarradas" (Ana, 17 anos). _"Acho que a principal diferença é a liberdade, há uns anos atrás os jovens não tinham tanta liberdade como temos hoje" (Carolina, 17 anos).
--	--	---

Perceção sobre a forma como os adultos entendem os jovens da atualidade.	As opiniões parecem convergir para a noção de que os adultos procuram essencialmente aquelas que são as diferenças entre eles e a geração atual. Por outro lado, os jovens parecem concordar que a visão que os adultos têm deles apresenta-se, de certa forma, numa perspetiva negativa. Os adultos colocam a ênfase nos pontos de vista que são distintos, realizando comparações que, segundo os jovens, não fazem sentido porque se vivem tempos diferentes.	_ “Agora os adultos é assim...ai os jovens de hoje em dia não fazem nada...principalmente (...) e também têm pena de nós, porque acho que cada vez mais eles estão a ver que os jovens não têm futuro nenhum... por causa da crise” (Raquel, 16 anos). _ “Às vezes fazem muitas comparações com antigamente, eu antigamente nunca fazia nada disto, é diferente....acho que é mau porque eles comparam muito a juventude deles com a nossa que não tem nada a ver...”. Entrevistadora: _ “Achas que eles fazem uma leitura correta?” Entrevistado: _ “Não. Por exemplo, vamos sair à noite, aí no meu tempo não fazia nada disso, tinha que ficar em casa que a minha mãe obrigava-me, ou o meu pai obrigava-me, tipo assim” (João, 15 anos). _ “Eu acho que os adultos nos criticam muito porque não compreendem o nosso ponto de vista, eu acho que é mesmo isso.” Entrevistadora: “E qual é o vosso ponto de vista?” Entrevistada: _ “Não, é ... nós temos uma maneira diferente de ver as coisas, nós temos uma eles têm outra e isso choca muito (...) eles veem daquela forma como os pais veem...os pais não foram ensinados a ser pais, eles veem aquilo é o melhor para o meu filho e nós achamos, do género, não isso pode ser bom para ti mas pode não ser bom para nós, nós temos um ponto de vista diferente, nós não pensamos da mesma maneira” (Ana, 17 anos). _ “Eu acho que eles pensam que nós somos uns irresponsáveis (...) nós não somos assim tão irresponsáveis, nós pensamos naquilo que fazemos (...) claro que há jovens e jovens, nós não somos todos iguais” (Carolina, 17 anos).
O vestuário enquanto instrumento ao serviço da construção da imagem pessoal: _ se ajuda a definir uma posição na sociedade, por exemplo nos contextos sociais em que os jovens se movimentam; _ a questão do gosto; _ as possibilidades económicas (o dinheiro como	Parecem existir opiniões um pouco discordantes - para uns o vestuário parece cumprir de facto algumas funções relacionadas com a distinção, formas de estar... para outros não é assim tão importante. Por outro lado, de entre as palavras de uma das entrevistadas parece	_ “Eu acho que sim e que não. Eu acho que sim porque uma pessoa que não tem grandes possibilidades de comprar a roupa com tanta frequência ou como queria, enquanto que...sei lá...uma pessoa... não sei uma pessoa com um pouco mais de capacidades se veste um bocadinho melhor, eu acho que tem a ver um bocado com o nível económico... mas não ... não é... o dinheiro não impede uma pessoa de se vestir bem... há o gosto (...).” “Porque, por exemplo, na feira às vezes

constrangimento?); - a importância, ou não, do vestuário no dia a dia; _ a imagem que se procura passar.	ficar subentendida a questão da uniformização do estilo com vista à integração- determinados estilos que se adotam pelos outros, porque toda a gente veste dado estilo de vestuário.	consegue-se arranjar coisas mesmo giras e imitações de... de não é por não ter uma etiqueta a dizer uma marca qualquer” (Raquel, 16 anos). _ “Acho que não tem nada a ver, não” (João, 15 anos). _ “Eu para mim a roupa não tem grande importância, eu visto aquilo que me sinto confortável e não me vou importar com aquilo que os outros vão pensar... se eles se querem vestir de uma maneira para serem iguais aos outros e não se vão sentir confortáveis daquela maneira, eu acho que isso é uma coisa estúpida mesmo, eu visto aquilo que me sinto bem.”(Ana, 17 anos). _ “É assim eu não acho o vestuário assim tão importante, eu não defino as pessoas por aquilo que elas vestem” (Carolina, 17 anos). _ “Há eu gosto muito de me vestir, porque é assim eu gosto de me sentir bem, não é, então eu, por exemplo, compro uma camisola mas eu a camisola já estou a ver, a imaginar como é que fica com aqueles calções zinhos... eu acho que não é uma forma de eu ... porque eu não quero transmitir nada, mas sim é a minha personalidade, é como eu sou, eu visto-me porque gosto de me vestir” (Raquel, 16 anos). _ “ Procuro passar a imagem de alguém descontraído” (Ana, 17 anos). _ “ A de alguém descontraído, relaxado” (Carolina, 17 anos) _ “Eu acho que é muito importante [o vestuário] porque eu gosto mesmo de me vestir ...eu sinto-me mesmo feliz... é uma felicidade... e depois quando me visto e gosto...por exemplo estou triste e visto uma roupa alegre já fico feliz só por me vestir assim por isso é mesmo importante e para os outros acho que também é importante...eu sinto-me inspirada por roupas que as outras pessoas vestem e então espero que os outros também se sintam inspirados pela maneira como eu me visto” (Raquel, 16 anos).
A questão da categorização por via do vestuário: _ pertença a uma classe social; _ a um grupo de amigos; _ ao estilo de vestuário usado no quotidiano associam-se certos estereótipos aos indivíduos que o envergam.	Apesar de haver o reconhecimento de que não definem as pessoas por aquilo que vestem, não deixam de estar presentes leituras que se criam em função de certos estereótipos que o vestuário, enquanto objeto imediatamente acessível ao olhar, possibilita enraizar.	_ “(...) eu, por exemplo, consigo ver quando uma pessoa está deprimida só pelo vestuário (...) claro que não é logo à primeira (...) eu conheço uma amiga há duas ou três semanas...(...) sei como ela se veste, costuma andar sempre de vestidos e, por exemplo, se pegar numas calças isso já é um fator...(...) uma pessoa desleixa-se muito quando está deprimida e, por exemplo, costumava-se maquilhar, e eu por exemplo vejo pela minha mãe, quando ela está mesmo deprimida, ou

		pelas minhas amigas, quando elas estão deprimidas não se maquilham”. Mesmo a própria roupa, roupa mais escura, a roupa mais larga, coisas que não estão tão habituadas a usar, que são mais confortáveis, às vezes até confortáveis de mais” (Raquel, 16 anos). _ “Eu falo para a pessoa, eu nunca ligo muito para o que tem vestido, ou para que possa ter dinheiro ou qualquer coisa assim...” (João, 15 anos). _ “Não porque hoje em dia nós... não isso depende, agora até os rapazes, como nós falamos havia os betinhos, os <i>dreads</i> ou os mitras ou não sei quê... tipo hoje em dia até os supostos betinhos e os <i>dreds</i> se vestem de camisinhas, que era o que mais se adequava aos betinhos, tipo hoje em dia acho que toda a gente veste mais ou menos da mesma maneira” (Ana, 17 anos). _ “Eu falo com a pessoa, não defino, não reparo muito para a roupa que usa” (Carolina, 17 anos). Entrevistadora: _ “Achas que através do que vestimos é possível identificar pertencas sociais?” Entrevistados: _ “Acho que sim, sim, de certa forma sim” (Raquel, 16 anos). _ “Ah, isso sim, acho que se consegue... se tiver marcas muito caras eu acho que é logo, vê-se logo...” (João, 15 anos). _ “Não, porque como eu já disse vestimo-nos mesmo quase todos iguais tipo nós não vamos estar a ver as etiquetas de alguma roupa, se esta é de marca, se esta não é, e não dá para ver a diferença” (Ana, 17 anos). - “É assim, depende pode haver pessoas que se vestem muito bem e percebe-se que são de uma classe social mais elevada como também pode haver pessoas que apesar de terem dinheiro se vestem de uma forma menos vistosa...” (Carolina, 17 anos). Entrevistadora: _ “O teu grupo de amigos tem um estilo parecido com o teu?” Entrevistados: _ “Não, não é, é semelhante mas não é igual igual (...)” (Raquel, 16 anos). _ “Sim, não são muito diferentes, acho que agora também não há muita diferença” (João, 15 anos). - “Não, cada um tem a sua forma de vestir” (Carolina, 17 anos).
--	--	--

		Entrevistadora: _“O vestuário é uma forma de nos integrarmos nos grupos?” Entrevistada: _“Isso há pessoas que pensam assim, tipo se uma pessoa se veste melhor é porque tem mais posses, ou seja, pode estar mais connosco, pode financiar mais coisas e isso quando, por exemplo, são as saídas as bebidas são pagas a meias por isso, pode dar mais, por exemplo, se for uma pessoa que se note pela roupa que não se veste assim tão bem, pode ter menos posses ou assim” (Ana, 17 anos). _ “É para estarem na moda [os rapazes que usam as calças descaídas], é fixe, é isso, porque um fez, já são os maiores, por um ser o maior os outros já são todos, por fazer aquilo e as raparigas, por exemplo, grandes decotes, mini-saias... por exemplo, eu acho que não precisam de estar a mostrar tanto o corpo para mostrar aquilo que são, às vezes pode-se ser sexy usando um vestido cintado (...) não é preciso estar a mostrar quase o rabo (...) isso é mesmo errado” (Raquel, 16 anos). _ (...) “Eu falo mais pelas raparigas, eu acho que há raparigas que exageram muito no vestuário, mas é mais quando vão sair à noite (...) vestem mesmo aqueles vestidos mesmo curtinhos e muito transparentes e (...) isso dá um, tipo não é que eu comente, mas de olhar dá um ar de tipo oferecidas, é mais isso”. (Ana, 17 anos). Entrevistadora: _“Será que o facto de vestir-mos dadas roupas levam os outros a terem imagens de nós?” Entrevistada: _“Eu acho que sim, por exemplo, neste caso das discotecas eu acho que os rapazes pela forma como nós nos vestimos eles podem dizer se somos mais daquelas que se entregam logo (...)” (Ana, 17 anos).
A interação com os outros: _os outros comentam a imagem adotada em público; _os jovens comentam as imagens adotadas para apresentação em público; _ o vestuário como fator de pressão.	O vestuário não passa despercebido no quotidiano de interação dos jovens, parecem-nos. Ainda que nem sempre de forma evidente. Por outro lado, os outros que connosco interagem quotidianamente acabam por ter alguma influência na forma como os nossos visuais se compõem.	Entrevistadora: “Costumas receber comentários sobre a forma como te apresentas? Como te sentes? Influencia a tua maneira de vestir?” Entrevistados: _“Sim. Tantas vezes”. Por mim é igual eu visto-me para mim, não é para os outros, também é para os outros, porque os outros também nos veem mas se eu gosto da maneira como me estou a vestir eu não vou mudar” (Raquel, 16 anos). _ “Já, tantas vezes (...) as raparigas às vezes dizem ai ele está muito

		bem vestido...coisas assim. Eu nem ligo...”(João, 15 anos). —“Já...bem há negativos (...) se vierem do meu namorado alguns são negativos mas não é por ele me ver assim é porque tem medo que os outros me vejam da mesma maneira como ele me vê...porque quando usamos um decote maior, uma saia mais curta, aí não sei quê vens assim para a escola, achas que isso tem algum jeito...depois os outros rapazes vão começar com comentários...quando vamos sair à noite já é outra coisa, quando vamos assim um pouco mais decotadas já ouvimos aqueles piropos dos rapazes...”(Ana, 17 anos) — “[Isso] não, não influencia, tipo influencia um bocado (...) já tenho mais cuidado naquilo que vou usar quando vou sair à noite, já não uso coisas tão curtas, tão decotadas...” (Ana, 17 anos). —“Sim, negativos por acaso não, mas positivos sim. Dizem, por exemplo, hoje estás bonita, estás sexy”. “Claro que me sinto bem, mais descontraída, talvez.” (Carolina, 17 anos). Entrevistadora: — “E tu costumavas tecer comentários sobre a forma como os outros se vestem? Achas que os jovens costumam fazê-lo?” Entrevistados: — ”Depende, se perguntarem sim, se não, não tenho nada que me meter na vida deles (...)” —“Tantos, isto é mundo de coscuvilhice, é logo, por exemplo, se não combina a roupa é alvo de chacota, logo, mas é tiro e queda. Por exemplo, umas calças verdes com umas sapatilhas azuis daquelas fluorescentes, já é alvo de chacota” (Raquel, 16 anos). “ —“Não, não faço comentários” — “Até podemos comentar, mas nada de gozar”(…) [mas] acho que isso acontece, às vezes” (João, 15 anos). —“Não, eu isso não, eu quando as minhas amigas começam a falar disso, porque elas criticam muito, eu ignoro”. Entrevistadora: — “O que dizem as tuas amigas?” Entrevistada: — “Ai não sei quê, olha aquele veio com aquelas calças ontem e do género veio com elas hoje outra vez, e eu ponho-me assim a pensar...tipo vocês estão a falar da roupa dos outros mas nem olham pela vossa abaixo, vocês se calhar até fazem o mesmo (...)” (Ana, 17 anos). —“Depende, se for uma amiga minha sim, se não, não”. — “Cada um
--	--	--

		veste-se da forma como quer mas claro que se comenta (...) olha aquele anda outra vez com as mesmas calças” (Carolina, 17 anos). Entrevistadora: _ “O vestuário pode ser um fator de pressão para os jovens?” Entrevistada: _ ”Eu acho que sim, em certas pessoas sim porque eu tenho, pelo menos falo por mim eu tenho no meu grupo de amigos, tenho lá dois colegas meus que os pais não têm assim tantas posses, estão os dois desempregados e eles praticamente pressionam os pais para lhes darem tipo sapatilhas de marca, estas que se usam muito agora as <i>nike air</i> brancas...pressionam muito os pais...eu quero aquilo porque é igual aos meus amigos, toda a gente tem, eu tenho de ter, pressionam muito e eles sentem-se pressionados porque toda a gente tem e eles não” (Ana, 17 anos). Entrevistadora: _ “Será que os jovens pressionam os pais, por exemplo, para terem os ténis de marca que os outros têm”. Entrevistada: _ “Há sim, sim”. Entrevistadora: _ “Porquê?” Entrevistada: _ “Sei lá...para se exibirem para a sociedade, lá está é a primeira impressão” (Carolina, 17 anos).
--	--	--

