



**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE  
SANTA CATARINA**

**CÂMPUS JARAGUÁ DO SUL**

**ENSINO MÉDIO INTEGRADO AO TÉCNICO EM QUÍMICA**

BRENDA CRISTINE LASCH DA SILVA

MYRELLA BEATRIZ FRANCO

NATALIA DE SOUZA

RAÍSSA MARTENECHEN STEPHANI

RONALDO GALDINO NASÁRIO JUNIOR

SABRINA DOLCI MARQUES

**CURIOSIDADES SOBRE TRIBOS JOVENS:  
CULTURA, MODA E CONSUMISMO NA SOCIEDADE.**

JARAGUÁ DO SUL - SC

2014

BRENDA CRISTINE LASCH DA SILVA  
MYRELLA BEATRIZ FRANCO  
NATALIA DE SOUZA  
RAÍSSA MARTENECHEN  
RONALDO GALDINO NASÁRIO JUNIOR  
SABRINA DOLCI MARQUES

**CURIOSIDADES SOBRE TRIBOS JOVENS:**

CULTURA, MODA E CONSUMISMO NA SOCIEDADE.

Projeto de pesquisa desenvolvido no eixo formativo diversificado “Conectando Saberes” do Curso Ensino Médio Integrado ao Técnico em Química (Modalidade Integrado) do Instituto Federal Santa Catarina – Campus Jaraguá do Sul.

Orientadora: Mara Rubia Theis.

Coordenador: Selomar Claudio Borges.

Jaraguá do Sul  
2014

## SUMÁRIO

<b>1. TEMA.....</b>	<b>5</b>
<b>2. DELIMITAÇÃO DO TEMA.....</b>	<b>5</b>
<b>3. PROBLEMA.....</b>	<b>5</b>
<b>4. HIPÓTESES.....</b>	<b>5</b>
<b>5. OBJETIVOS.....</b>	<b>6</b>
5.1 OBJETIVO GERAL.....	6
5.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	6
<b>6. JUSTIFICATIVA.....</b>	<b>6</b>
<b>7. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....</b>	<b>9</b>
7.1 TRIBOS.....	9
7.1.2 PRINCIPAIS TRIBOS A PARTIR DA DÉCADA DE 40.....	10
7.1.3 SURFISTAS.....	10
7.1.4 SKATISTAS.....	10
7.1.5 PUNKS.....	11
7.1.6 PATRICINHAS.....	12
7.1.7 MAURICINHOS.....	13
7.1.8 HIPPIES.....	13
7.1.9 HIP HOP.....	14
7.1.10 EMOS.....	14
7.1.11 COSPLAYS.....	15
7.1.12 ROCK AND ROLL.....	16
7.2 CONSUMISMO E AS ROUPAS DE GRIFE.....	16

7.3 ÀS COMPRAS.....	17
7.4 TRECOS, TROÇOS E COISAS: ESTUDOS ANTROPOLÓGICOS SOBRE A CULTURA MATERIAL.....	18
7.5 HISTÓRIA SOCIAL DA MODA.....	19
7.6 TEMPOS MODERNOS, TEMPOS DE SOCIOLOGIA.....	19
7.7 UMA ESCOLHA OU UM RÓTULO.....	20
<b>8.METODOLOGIA.....</b>	<b>21</b>
<b>9. CRONOGRAMA.....</b>	<b>21</b>
<b>10.REFERÊNCIAS.....</b>	<b>22</b>

### **1. TEMA:**

Curiosidades sobre tribos jovens: cultura, moda e consumismo na sociedade.

### **2. DELIMITAÇÃO DO TEMA:**

Compreender a formação das tribos jovens e sua atuação junto à sociedade, a partir da segunda guerra mundial, quando se tornam ativos politicamente e economicamente, tornando-se alvo para o consumismo contribuindo para o fortalecimento do sistema capitalista.

### **3. PROBLEMA:**

As tribos jovens muitas vezes são criticadas pela sociedade devido às atitudes comportamentais como formas de vestir, falar, agir, lugares que frequentam, gerando preconceitos e dificuldades de relacionamento entre as gerações. Quais as influências da cultura, moda e consumismo na composição estética dessas tribos?

### **4. HIPÓTESES:**

- Para os jovens que formam as tribos, os produtos que consomem é uma forma de atitude.
- Antes da Segunda guerra os jovens não tinham voz na sociedade, iniciaram os movimentos para contestar os valores da época como o consumismo, preconceito racial e de gêneros.
- As pessoas se unem em tribos porque se sentem excluídas da sociedade, todos querem pertencer a um “grupo”.
- As tribos, de forma geral, causam impacto e preconceito junto a sociedade pela forma de comportamento de vestir, agir e falar.
- Os movimentos feitos pelos jovens são uma forma de comunicação.
- As pessoas são induzidas ao consumismo, como forma de atitude por identificar-se com os produtos ou mostrar seu poder de compra.
- Mesmo na cultura, nas artes, na música, há um objetivo de torná-los produtos de consumo.
- A moda é fútil ou uma ferramenta para composição estética e fortalecimento da imagem dessas tribos?

## 5. OBJETIVOS:

### 5.1 Objetivo Geral:

Reconhecer as principais tribos jovens e suas relações com a cultura, moda e o consumismo na sociedade em Jaraguá do Sul.

### 5.2 Objetivos específicos:

- Construir uma linha do tempo após segunda guerra mundial, apontar a formação das principais tribos jovens e os motivos dos movimentos jovens.
- Compreender a linguagem das roupas das tribos jovens e qual a contribuição da moda nessas composições estéticas.
- Identificar o que as tribos consomem em relação a moda, cultura e produtos de interesse geral.
- Observar quais tribos jovens há em Jaraguá do Sul.

## 6. JUSTIFICATIVA:

A história aponta que a juventude começou a ter voz após a segunda guerra mundial, onde os jovens começam a expor o desejo de dominar o mundo da moda a partir das décadas de 50 e 60, esses jovens tinham um determinado estilo.

Eles começaram a ir para as ruas mostrar que também tinham voz e queriam ser ouvidos pela sociedade. Nos anos 60, a primeira geração do pós-guerra estava se tornando adulta e, por isso, a moda oferecia o que tinha de melhor, assim tornava-se um modelo absoluto no domínio da moda, passando a ser um fenômeno da juventude, e expressando pontos de vista políticos e comportamentais. Podemos observar que a juventude desde os anos 60, envolveu-se tanto que contribuiu em grande parte da sociedade.

Conforme dados do IBGE, a população jovem é formada por pessoas de 15 a 24 anos de idade.

Segundo o dicionário Michaelis: “**Sociedade** é o conjunto relativamente complexo de indivíduos de ambos os sexos e de todas as idades, equipados de padrões culturais para garantir a realização de seus ideais”.

Esses jovens logo foram um forte alvo do consumismo, suas roupas começaram a ter um significado maior e tornaram-se uma forma de comunicação para com outros jovens.

“Por milhares de anos os seres humanos têm se comunicado na linguagem das roupas.” (LURIE, 1992, p.19)

Depois da segunda guerra mundial houveram alguns movimentos sob os quais os jovens eram os “comandantes”, muitos traziam mensagens para abrir os olhos da sociedade em que viviam. Foi depois disso que os jovens ganharam voz. Foi nesses movimentos culturais que a comunicação pelas roupas se tornou uma febre entre esses jovens. Isso pode soar como um deboche para as pessoas que não estão ligadas com a moda, ou que não entendam da cultura desses movimentos e desses jovens.

“Em épocas conturbadas, a nostalgia de um passado melhor muitas vezes substitui a esperança de um futuro melhor. Simplicidade e conforto, ao invés de diversidade e excitação, tornaram-se no passado, na terra infância. Daí a popularidade revivida de alguns dos estilos das décadas de 40 e 50, quando as pessoas que dominavam a indústria da moda eram jovens.” (LURIE, 1992, p.10)

Naquilo que vestimos, está uma expressão visível de identidade e subjetividade, e também o apego ou não à tradição e tendências de moda. A história da moda está altamente conectada aos fatos políticos, econômicos e sociais da história mundial, refletindo nos modos de vestir. A alta-costura sempre foi muito rígida, e a evolução da moda só começou a surgir realmente a partir da segunda guerra mundial devido a esta democratização dos códigos do vestir, a moda começou a ser ferramenta para essas informações socioculturais, e nos movimentos de contracultura.

A contracultura nada mais é do que a negação dos valores impostos pela sociedade norte-americana que valorizava o indivíduo que tivesse um bom carro, um bom emprego, dinheiro e uma família, por exemplo. Muitos foram os grupos da contracultura norte-americana, mas certamente os representantes mais importantes desta corrente foram os hippies. Diante de toda a desigualdade social e das contradições vistas na sociedade dos anos 60 – de um lado, prosperidade, crescimento econômico e aumento da riqueza para alguns e do outro a desigualdade social interna, a desigualdade racial, a Guerra do Vietnã e muitas ideias conservadoras, moralistas e retrógradas – os jovens da contracultura, em geral, passaram a defender valores exatamente opostos aos valores daquela sociedade. (SALLES, et al., 2013)

É perceptível a existência de conflitos entre as gerações, por valores diferentes, por exemplo a opção sexual. A formação familiar tem sido transformada por haver mais liberdade de escolha entre gêneros, atualmente os casais têm menos filhos que antigamente. Podemos perceber essa diferença perguntando para seus avós quantos

irmãos eles tinham e compare com o número de irmãos que você ou seus amigos possuem. O número tem diminuído, pois a cada ano a quantidade de crianças que nasce é menor. Em consequência disso, nosso país está “envelhecendo”.

Segundo uma pesquisa feita em 2010 pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) o número de <sup>1</sup>jovens na sociedade vem diminuindo desde o ano de 1980, quando o percentual de jovens na sociedade era de 38,20%, já no ano de 2010 esse número diminuiu para 24,08%, como mostra a figura 1. Esses dados do IBGE indicam que os jovens da sociedade atual são alvo do marketing e que os instigam ao **consumismo**.

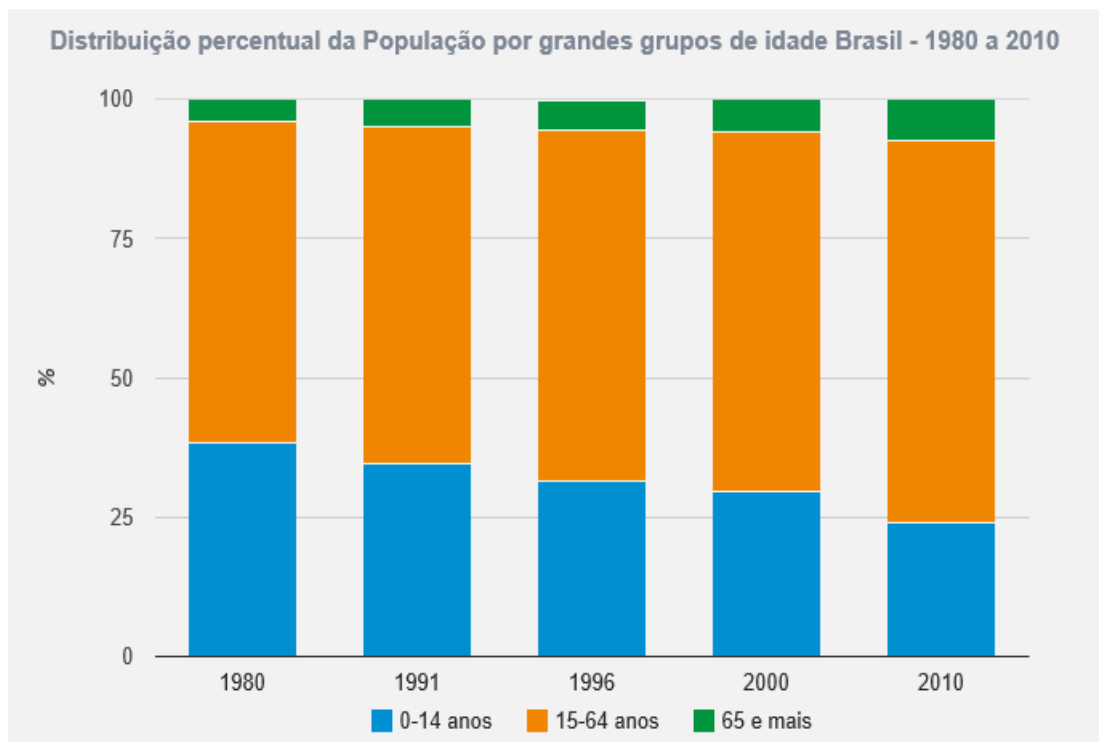


Figura 1 ***Percentual pela faixa etária.***

Segundo o dicionário on-line Michaelis: “**Consumismo** é situação própria de países altamente industrializados, caracterizada pela produção e consumo ilimitados de bens duráveis, sobretudo artigos supérfluos.”

Apesar do percentual de jovens na sociedade brasileira ter diminuído, o consumismo neste público aumentou. Os jovens encontram várias adversidades para sua independência, e buscam outros jovens com o mesmo problema, é uma maneira de se sentir incluso, assim também se formam grupos ou tribos.

<sup>1</sup>jovem: quem não é avançado em idade; moço.

“Tribos: Grupo racial unido pela mesma língua, tradições e costumes e que vivem em comunidade, sob um ou mais chefes.” (LUFT,2001)

As tribos se formam pelo agrupamento de pessoas que tem semelhanças no gosto de vestir, falar, pensar, estilo de música e formam um elo entre estas pessoas.

Com base nesses fatos históricos e dados apresentados nas pesquisas do IBGE estamos realizando esse trabalho a fim de compreender melhor a formação dessas tribos, o que querem comunicar para a sociedade, o porquê desses movimentos, analisar os atritos entre as gerações e preconceitos gerados em torno a juventude e suas tribos.

## 7. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA:

As curiosidades sobre determinadas tribos têm sido muito frequentes na sociedade, principalmente pelos jovens. E para compreender melhor essas curiosidades, é de fundamental importância conhecer um pouco da história de cada tribo e alguns aspectos que cada uma delas assume.

Cada vez mais o número de tribos urbanas se multiplica nos centros urbanos, com isso a diversidade da moda entre eles compõem um modelo de sociedade distinta.

Um dos maiores problemas entre a sociedade e a moda são os achismos, pelo fato de deduzirem que a moda é sem graça e inútil. Os preconceitos estão existentes em muitos jovens, pois as tribos viraram um motivo de rivalidade, no qual cada um tem seu próprio grupo, mas uma moda indeterminada.

### 7.1 Tribos:

A expressão "tribo urbana" foi criada por Michel Maffesoli em 1985. Ele define tribos urbanas como grupos formados nas cidades e metrópoles, que se constituem com o intuito de compartilhar hábitos e valores sociais, como por exemplo, os hippies e os punks, deste modo tais grupos compõem um modelo na sociedade da moda:

O Brasil é um dos melhores países em que melhor se pode observar as dinâmicas do neutribalismo, porque entre nós o tradicional e o tecnológico se combinam o tempo todo. De fato, no cenário das grandes cidades brasileiras, a todo momento surge novas “tribos” (*wiccas*, emos, patricinhas, *pitboys*), enquanto outras praticamente desaparecem (*darks*, *grunges*) e outras, ainda sobrevivem há bastante tempo (metaleiros, *punks*, surfistas). Em sua maioria essas “tribos” - ou “comunidades estéticas”, para usarmos a expressão de outro sociólogo famoso chamado Zigmund Bauman – se distinguem umas das outras sobretudo por quesitos visuais e padrões de consumo, que se tornam elementos próprios de sua identidade.

É por isso que Michel Maffesoli propõe a substituição da noção de identidade pela identificação.

IDENTIDADE: se refere ao modo de ser estável e coerente;

IDENTIFICAÇÃO: diz respeito a “mascaras variáveis”, até mesmo descartáveis, a relações “informais” e “afetivas” entre os sujeitos. (Maffesoli ,2010, p.183).

Quando a pessoa faz parte de uma tribo tem a sensação de fortalecer sua identidade que é diferente das demais pessoas da sociedade fora de seu grupo e ao mesmo tempo é “igual” aos outros membros da tribo.

Desde os movimentos jovens depois da segunda guerra mundial foram identificadas várias tribos, segue um recorte de algumas delas com uma breve descrição das características das mesmas.

### **7.1.2 Principais tribos a partir da década de 40**

#### **7.1.3 Surfistas:**

O surfe exige muito equilíbrio sob a prancha, e é um esporte radical. Osmar Gonçalves foi o primeiro surfista brasileiro e hoje o australiano Mick Fanning (2007) é o campeão mundial de Surf.

Alguns historiadores defendem a ideia de que surgiu nas Ilhas Polinésias quando os nativos saíam para pescar e, para voltar mais rápido à terra firme, deslizavam com seus barcos através das ondas. Com o passar do tempo esta atividade tornou-se hábito entre estas civilizações. Outras teorias defendem a África ocidental como o berço do surfe. Posteriormente, os reis das ilhas do *Hawai* passaram a praticar este esporte com pranchas feitas de madeira retiradas de árvores locais. Foi no *Hawai* que o surfe tornou-se uma cultura. (PACIEVITCH, 2008).

O surfe é muito além do que um profissionalismo, a vontade e a intensidade de querer participar conta muito também, esse sempre foi praticado pelos nativos e hoje está em todo mundo, sendo praticado por até mesmo crianças. Esse mesmo surf praticado por muitos, tem uma história muito boa, vivida pelos nativos:

O surf sempre foi praticado pelos nativos como uma forma de cerimônia religiosa, cultural e até mesmo social. Ao descobrir o Havaí em 1778, o capitão James Cook viu nativos da área pegando onda. Porém, em 1821, a prática desse esporte foi considerada imoral pelos missionários europeus, os quais tinham preconceitos religiosos e queriam pregar sua fé. Eles alegaram que os havaianos levavam uma vida muito preguiçosa e precisam trabalhar mais. Mas o surf não morreu aí e foi resgatado em 1907 por George Frreth. (SUNDFELD, 2012).

#### **7.1.4 Skatistas:**

O *skate* nasceu nos Estados Unidos, mais precisamente na Califórnia, no início dos anos 60.

O skate surgiu em uma época onde o surf e a curtição total pela prancha era “febre”, mas como as coisas nunca davam certo, aqueles mesmos surfistas pegaram as rodas de seus patins e colocaram em “*shapes*” para que assim pudessem surfar em terra firme. O crescimento do “surf no asfalto” se deu de uma maneira tão grande que muitos dos jovens da época se renderam ao novo esporte chamado skate.

Era uma época onde o *free style* dominava, os skatistas usavam e abusavam deste tipo de manobra. No ano de 1965 começava-se a comercializar os primeiros skates e começaram as primeiras competições. O esporte skate teve seu auge em meados dos anos 70, quando ocorreu um fato que chocou a maior parte dos skatistas: a revista “*Skateboarder*”, uma das mais importantes sobre o assunto, anunciou a sua mudança de plano, agora cobrindo assuntos sobre competições de *Biker’s*. Foi quando se deu a ‘morte’ do skate.

Nos anos 70 houve o racionamento de água nos EUA, e muitas pessoas tiveram que esvaziar suas piscinas. Foi aí que os skatistas perceberam que essas piscinas vazias poderiam ser ótimos obstáculos. Surgia assim o ‘skate vertical’.

Mas foi nos anos 80 que o skate volta ao seu auge, com a inovação dos skates e a utilização das pistas em “U” - os *half pipes*.

O modo de se vestir dos skatistas depende do estilo adotado por ele.

A grande maioria deles possui preferência por calças bastantes justas para andar de skate, embora haja também aqueles que preferem as calças mais largas. Mas, diferentemente das calças e camisetas, que são escolhidas muito mais por uma questão de estilo, como é o caso das calças justas ou largas, o tipo de tênis usado pelos skatistas atende também a aspectos relacionados à funcionalidade. Para os praticantes, o tênis deve contribuir para que as manobras sejam executadas da melhor maneira possível. – (VELOZO e DAOLIO, 2013)

### **7.1.5 Punks:**

*Punk* foi o movimento de estilo jovem, que nasceu em 1977, em Londres. A palavra significa podridão, sujeira, insanidade. O movimento levantou a bandeira da desilusão, sendo seu lema: “*No future*” (sem futuro). Surgiu durante a crise econômica inglesa da década de 70, com o desemprego e as novas formas de pobreza.

O estilo traz uma linguagem que se tornou anárquica, barroca e desesperada. Existe até hoje e é movimento típico de países ricos que não abrem espaço para absorver a jovem mão-de-obra com pouca escolaridade e baixo nível tecnológico.

Este grupo adotou um traje anárquico, louco, desesperado e rasgado, moda dramática e sentimental. O vestuário *Punk* era um traje-cenário: botas de couro, correntes, insígnias nazistas e tatuagem. O couro é o material nobre para o vestuário deste grupo. Como a pele é o couro de cada um, assim como se estampa um tecido ou camiseta, a própria pele que deve ser estampada em forma de tatuagem; é na pele que se sofre, onde estão os hematomas, por isso, a roupa-pele é rasgada: o hematoma da roupa. A agressividade do grupo é extensiva ao corpo de cada membro dele. Considerados sadomasoquistas, mostram esse gosto, usando pulseiras tacheadas, alfinetes de gancho, além de guitarras empunhadas como metralhadoras. As bandas Sex Pistol e Sid Nancy foram as primeiras estrelas desse movimento de estilo. A grande revolta dos *punks* é a falta de oportunidade de inserção no universo social de classe média, gerada pela dificuldade de inserção no mercado de trabalho, isto é, o desemprego.

#### **7.1.6 Patricinhas:**

O termo “patricinha” é uma gíria que surgiu nos Estados Unidos e que remete a uma mulher que tem preocupação excessiva em se vestir de acordo com a moda. Esse hábito faz com que gastem quantias exorbitantes de dinheiro, a fim de comprar roupas, perfumes, etc., para estarem sempre impecáveis.

Ficaram ainda mais conhecidas com o lançamento do filme “As patricinhas de Beverly Hills” na década de 90.

Ultimamente o termo é utilizado para designar, principalmente, adolescentes. Geralmente, as pessoas que participam dessa tribo são associadas a classes altas, devido ao grande consumo e ao valor dado a peças de grife.

As integrantes dessa tribo urbana se preocupam muito com as tendências da moda, fazendo de tudo para segui-las.

Elas procuram sempre usar o rosa, cor preferida da tribo, nunca saem de casa sem maquiagem, estão sempre bem arrumadas, usam roupas de grife, uma grande maioria é loira ou tem cabelos tingidos, e usam sempre o cabelo liso e solto. Além disso, os hobbies dessa tribo é fazer compras e passear em shoppings.

O gosto musical das patricinhas também é característico: as *boybands* são a maior preferência, mas também gostam de ouvir música pop, caracterizada fortemente pelas chamadas “divas”.

As patricinhas valorizam muito seu status social, especialmente dentro da escola. Nos grupos de amigas, elas estão constantemente na disputa pelo poder, então algumas atitudes são consideradas arrogantes e mesquinhas, muitas das vezes, já que tentam sempre se sobressair.

### 7.1.7 Mauricinhos:

Os mauricinhos são a versão masculina das patricinhas.

Instituídos de uma sociedade muito rica, adoram estar nas grandes metrópoles, onde sempre há uma ampla circulação de dinheiro e tecnologia. Para fazer parte dessa tribo, é necessário ter uma alta estabilidade financeira, e muita criatividade, pois tudo que usam são de elevado valor, eles não têm nenhuma vergonha em assumirem que gostam de curtir a vida com tudo o que envolve dinheiro. Inspirados na juventude de Beverly Hills, nos Estados Unidos, os “mauricinhos” também são um produto bem brasileiro, ou seja, gostam de usar roupas de marca e caras.

Assim como elas, possuem um comportamento extremamente consumista, gostam de se arrumar e curtir a vida. Adoram as músicas do momento, como o estilo rock, pop, sertanejo, axé, mas principalmente as baladas de Techno.

Essas pessoas vivem em um universo encantado, sem grandes problemas e nem contas para pagar.

Contudo, não se pode generalizar, porque se preocupar com a aparência não é sinônimo de futilidade, nem de ignorância.

### 7.1.8 Hippie:

Os hippies fizeram um movimento cultural que surgiu na década de 70 nos Estados Unidos, com uma grade concentração de jovens, cuja classe era média, ou classe alta (rica).

“A expressão “hippie” deriva da gíria americana “hip”, que significa “bacana, antenado” e era usada pelos antecessores dos hippies, os *beats* (intelectuais rebeldes dos anos 1950), para indicar coisas legais.” (NAVARRO,2014)

O centro do movimento foi a cidade americana de São Francisco, na Califórnia. Esse movimento nasceu lutando contra a Guerra do Vietnã (1954 -1975), seus ideais pacifistas se espalharam pelo mundo, assim como seus lemas, jeito de vestir e seus consumos, que foi fundamental ao contra culturismo. Festival de *Woodstock* em 1969 marcaram o auge do movimento *Hippie*. O seu auge deu-se nos anos 70, com o surgimento do movimento *Punk*.

Entre os dias 15 e 18 de agosto do ano de 1969, ocorria simplesmente o maior festival de rock de todos os tempos, o festival era uma forma de incentivar os jovens na luta pela paz. O *Woodstock* entrou para a história

como a revolução da juventude, 'paz e amor', sexo, drogas e muito rock in roll de qualidade foram uma das maiores marcas do evento. Mais de 500 mil pessoas presenciaram o festival que não tinha infraestrutura para atender tantos jovens, já que seus criadores (John Roberts, Joel Rosenman, Artie Kornfelct e Michael Lag) não obtiveram muitos recursos com todo o dinheiro que tinham. Mesmo que fosse loucura a intenção era grandiosa fazer do *Woodstock* simplesmente o maior festival de rock de todos os tempos. (Mayara, et a. 2009)

Depois desse festival os Hippies tiveram uma imagem para a sociedades, cuja era que tinham um jeito de se vestir descuidado, sem aquela formalidade que a sociedade daquela época estava acostumada, eles continham uma mentalidade e a forma de se viver, se divertir bem pacífica, assim como todos os jovens de hoje achavam que podiam mudar o mundo com sua forma de viver sem guerra, sem violência. Esses jovens tinham uma visão mais crítica a sociedade em que se encontravam, contestavam os costumes daquela sociedade consumista, rejeitavam valores impostos por ela, buscavam a espontaneidade e diferentes expressões de amor.

#### **7.1.9 Hip Hop:**

Veio da periferia Nova Iorque para o Brasil no final da década de 80. É um movimento com várias tendências internas, mas que causa impacto pela denúncia da exclusão social e à identidade dos negros, é dado ênfase ao marginalizado que vive na periferia, para o hip hop o que une é a desigualdade social, e a maioria é negra.

No hip hop eles resgatam a educação como uma formação de 'autores-cidadãos'. Portanto, a visão de ser adolescente pode contribuir para uma compreensão da adolescência urbana que reconhece o adolescente como um sujeito capaz de formular questões relevantes e ações significativas no campo social.

Existem várias correntes, linhas e ênfases que os diferenciam em países, cidades, bairros, estilos, já que a circulação de bens culturais não se faz nunca em uma direção unilateral. Assim sendo, a discussão sobre as origens nunca vai acabar. Na verdade, os grupos estão se posicionando e construindo alianças e identidades.

Muitas das manifestações culturais brasileiras estão identificadas com a população negra. Como o samba, o caboclinho, a capoeira, entre outros que são classificados como uma cultura nacional. Dentro dessa diversidade, o movimento Hip Hop tem ganhado cada vez mais destaque no Brasil e atraído muitos jovens, especialmente aqueles que moram nas periferias.

#### **7.1.10 Emos:**

Surgiram na década de 1980, nos Estados Unidos, tendo em suas raízes um gosto pelo chamado *emocore*, um gênero de música que mistura *hardcore* com letras românticas. Como todas as outras tribos, essa também não surgiu como um modismo ou como um estilo. Com um estilo mais relacionado com a mistura do *rock* e do *punk*. Os olhos pintados com lápis preto, cobertos com franjas, adereços como cintos de grandes fivelas e tênis coloridos, além de *piercings* no rosto e roupas de cor predominantemente escura, estampas de personagens infantis, além dos colares de contas coloridas, dos *bottons*, dos chaveiros, são elementos que os Emos costumam usar. Consideram-se pessoas altamente emotivas e sensíveis, muitos entre os que aderem a esse grupo não o ‘seguem’ apenas pelo gosto musical em comum, mas em grande parte pela identidade ou empatia a esse modo de vida, pelo comportamento, algo que acaba o atraindo a esse grupo.

Outro aspecto curioso no comportamento dos emos está na questão da sexualidade, a qual dentro desses grupos pode se manifestar de várias formas para além da heterossexualidade. Aliás, parte do preconceito que sofrem se dá por conta do já existente preconceito contra homossexuais e bissexuais, uma vez que esses tipos de sexualidade são bastante comuns entre os emos. A própria emotividade e a sensibilidade tão características desse grupo vão na contramão de uma expectativa social, por exemplo, com relação a um comportamento masculino de um adolescente homem, o qual, pelo senso comum, deveria ser mais agressivo e não emotivo. Dessa forma, têm-se condições para se criar estereótipos, os quais certamente apenas servem para corroborar preconceitos de toda natureza. – RIBEIRO, 2014.

### **7.1.11 Cosplay:**

Surgiu em 1939 nos Estados Unidos, os *cosplays* possuem pose, traços e personalidade, encontros de convenções e games, eles exigem organização e capacidade de explorar criatividade e ainda potencial artístico em suas caracterizações. Essa tribo é ligada a convenções científicas nos EUA. Os primeiros *cosplays* de mangá/anime registrados são posteriores aos anos 70, nos EUA. O fenômeno do *cosplay* chegou ao Japão na década de 80.

No primeiro evento de ficção científica, *Worldcon* (1ª *World Science Fiction Convention*) havia 185 pessoas, mas a atenção estava voltada em dois amigos que estavam fantasiados, que era um jovem de 22 anos chamado **Forrest J. Ackerman**, que estava fantasiado de piloto, com sua amiga **Myrtle R. Douglas**, que estava com um vestido inspirado no filme “*Things to Come*” (1936), respectivamente. Gerando muita polêmica, que por consequência encurtou a distância da fantasia e a realidade, e nos

próximos anos estourou essa “moda”, com o tempo muitas pessoas começaram a fazer cosplay.

Essa tribo consiste no ato de se caracterizar como um personagem, podendo ser de um livro, filme, *mangá*, anime, game, quadrinhos, série, entre outros. Pessoas que fazem cosplay são denominadas *Cosplayers*.

O objetivo de fazer cosplay é você se divertir, caracterizando-se do seu personagem favorito, estando na pele do seu personagem, como se fosse uma peça de teatro, mas você não está no palco, e sim na rua, tirando foto, se comunicando com outras pessoas. É o momento em que você pode ser o que quiser, desde o malvado até o bonzinho, ou seja, o que você gostaria de ser. Entrando num momento fantasioso em que você interpreta seu personagem favorito por um dia.

Segundo o livro *Almanaque shoujo mangá: o poder da sedução feminina*: a palavra cosplay é a abreviação de “*Costume play*”, que segundo o dicionário *The Landmark*, ‘costume’ significa “traje, vestir costume” e ‘play’ significa “jogo, divertimento, brincadeira, representar”, que por fim seria brincar de se fantasiar.

### **7.1.12 Rock and Roll:**

As pessoas que fazem parte dessa tribo normalmente se vestem de maneira mais casual, usam jeans, camisetas de banda e bastante cor preta.

O *Rock* é um termo abrangente que define o gênero musical popular que se desenvolveu durante e após a década de 1950. Suas raízes se encontram no *rock and roll* e *rockabilly*, que emergiram e se definiram nos Estados Unidos.

O *rock* teve influências de outros estilos musicais como o *blues*, o *country*, o *folk*, o *gospel*, o *jazz* e até da música clássica. Todas estas influências foram combinadas em uma simples estrutura musical, baseada no *blues* que era rápido, dançável e pegajoso. Em sua ‘forma pura’, o *rock* tem três acordes, um forte e insistente contratempo e uma melodia cativante.

No final do ano de 1960 e início dos anos de 1970, o *rock* desenvolveu diferentes subgêneros, como o *folk rock*, o *blues-rock* e o *jazz-rock*. Em 1970, gerou uma série de outros subgêneros, tais como o *soft rock*, o *glam rock*, o *heavy metal*, o *hard rock*, o *rock progressivo* e o *punk rock*. Já nos anos 80, os subgêneros que surgiram foram a *New Wave*, o *punk hardcore* e *rock alternativo*. E em 1990, os subgêneros criados foram o *grunge*, o *britpop* e o *indie rock*.

## **7.2 CONSUMISMO E AS ROUPAS DE GRIFE:**

Na sociedade podemos perceber que há uma certa diferença no atendimento das pessoas, conforme a maneira que estão vestidas. Quando as pessoas estão bem vestidas conseqüentemente são bem atendidas, já as pessoas que não se vestem com uma roupa de marca, ou com roupa de acordo com a tendência da moda, observam um diferencial no atendimento. Segundo uma pesquisa coordenada pelo psicólogo Rob Nelissen, da Universidade de Tilburg, na Holanda, o mundo trata melhor quem está bem vestido. Um novo estudo comprova que isso é verdade – mas não porque roupas caras sejam bonitas ou estejam na moda. Seu poder está concentrado em um único elemento: O LOGOTIPO DA GRIFE.

Ou seja, se você quer influenciar os outros, não basta se vestir bem. É preciso ostentar um logotipo, deixando claro que a roupa foi cara e que você tem bastante dinheiro.

Segundo Nelissen: “Os dados sugerem que o consumo de luxo pode ser uma estratégia social lucrativa”. (NOGUEIRA, 2011)

Como as pessoas que podem gastar acabam não se controlando e consomem cada vez mais, o que pode sugerir que consumir é um vício, os produtos vendidos duram pouco e de tempo em tempo temos de comprar algo novo, algo atual, uma coisa que esteja na moda e que agrade não só a nós mesmos, mas a sociedade.

## **7.3 Às compras:**

A compra é o ato de consumo que é medido como um valor de quanto contribuimos para o crescimento dos grandes capitalistas, aqueles que estão no topo da hierarquia do sistema capitalista, ou seja, os consumidores, donos de grandes indústrias, e etc. O consumo se torna um prazer, um ato de bem estar, a pessoa está estressada vai ao shopping mais próximo fazer algumas comprinhas, esse ato acaba se tornando rotineiro para a nossa sociedade.

Esse consumismo é induzido, as mercadorias de hoje em dia são fabricadas com um certo tempo de validade, isso vai desde comidas, móveis, materiais tecnológicos, enfim tudo o que compramos.

Em todas as classes sociais, os consumidores costumam se informar às vezes sobre as tendências da moda antes de comprar. Para uma boa parte da classe dos emergentes, as lojas de rua são a opção na hora de comprar roupa. Já entre os

representantes da classe média e da elite, o local escolhido para fazer compras é o shopping.

Hoje em dia, o jeito de nos vestirmos importa muito, pois cada roupa tem seu 'significado', ou seja, se você não quer parecer uma piriguete, tem de encontrar roupas que não mostrem muito o seu corpo, ou as pessoas a sua volta irão pensar outra coisa de você, uma coisa que você não é.

“Tem também um porquê de você está vestindo essa roupa. Temos que tomar cuidado na hora de se vestir, ou se não, você passa uma imagem que não queria passar para as pessoas a sua volta.” (POPPI,2013)

Tudo o que vestimos passa algo para as pessoas, mesmo que a gente não queira. Vestir-se, às vezes, torna-se um jeito de mostrar um poder, todas as pessoas gostam de comprar roupa de marca para mostrar a sociedade que é bem sucedido, mas pode ser só para passar essa impressão. As pessoas valorizam muito a imagem, o que a pessoa tem de material. Não é de hoje que a sociedade faz essa valorização de imagem.

O trabalho nos dá uma imagem, tal qual se infiltra no nosso dia a dia e acaba se tornando natural, as pessoas acabam se acostumando com essa imagem. Mas interfere na vida pessoal. A cada lugar que vamos há uma roupa adequada, apropriada para a ocasião, isso vai desde uma reunião até um mero piquenique.

#### **7.4 Trecos, Troços e Coisas: estudos antropológicos sobre a Cultura Material:**

“A premissa deste livro foi a observação de que as coisas fazem as pessoas tanto quanto as pessoas fazem as coisas”. (JEFFMAN,2014)

O autor mostra-nos que não há meio de separar a sociedade de seus objetos. Primeiro: ninguém vive sem o material; segundo, saber relacionar-se com os objetos também aprimora a socialização. Além do mais, não ter coisas não significa que você não as queira. Sobre nossa relação com a casa, o autor declara:

Mudar-se permite uma espécie de realinhamento crítico das pessoas em relação às suas posses. Ao se mudar, elas se desfazem de alguns de seus trecos, mas, em contraste com a casa, muitas outras posses se mudam com elas. Como tal, mudar de casa permite às pessoas reconstruir sua biografia pessoal tal como representada em memórias de objetos associados, e, por meio disso, a percepção que a família tem de si mesma. [...] mudar de casa é uma forma de reescrever a própria biografia inscrita em coisas. (MILLER,2013, p.145)

O autor relata que todos os processos da vida estão associados com o estilo, como mostra o exemplo sobre mudar de casa, como consequência disso temos de nos renovar.

### **7.5 História Social da moda:**

Precisamos entender qual é realmente a história social da moda, compreender que a moda não é apenas um estilo, ou uma tendência.

Moda é um desses termos que, usados em múltiplos contextos, oferecem um quadro comum de referência e de reflexão para uma série de aspectos da vida social. Alude, numa primeira instância, a uma dicotomia temporal entre o 'velho' e o 'novo', entre o presente e o passado, entre imobilidade e mobilidade. É a experiência das aparências que pressupõe 'objetos' nos quais se manifestar; é função e conteúdo estético. Com o termo 'moda', entende-se, especificamente, o fenômeno social da mudança cíclica dos costumes e dos hábitos, das escolhas e dos gostos, coletivamente validado e tornado quase obrigatório. (CALANCA, 2008, p.11).

Ao mesmo tempo, a importância atribuída à veste como 'algo cujo conhecimento nos permite conhecer o outro' indica uma ligação entre indivíduo e sociedade, sobretudo porque o entrelaçamento entre os componentes individual e social fica claro pela presença de um outro elemento: o corpo. Por meio da veste coloca-se em jogo uma certa significação do corpo, da pessoa. Ela torna o corpo significante:

“A roupa diz respeito à pessoa inteira, a todo o corpo, a todas as relações do homem com o seu corpo, assim como às relações do corpo com a sociedade.” (BARTHES, p. 117)

Nesse sentido, portanto, as vestimentas com as quais cobrimos o corpo, são as formas através das quais os corpos entram em relação com o mundo externo e entre eles.

As mudanças de usos e costumes implicam muitas vezes também a mudança da própria concepção do tempo, como o surgimento da divisão entre “tempo de trabalho e tempo livre” e do espaço como a “moda do mar e do esporte”. Mudanças que são sim determinadas por transformações econômicas e sociais, mas que se concretizam

historicamente na vida cotidiana de homens e mulheres por meio da moda, que, por sua vez, acaba provocando novas transformações econômicas.

### **7.6 Tempos modernos, tempos de sociologia:**

Segundo Emerique e O'Donnell (2010) sempre há uma disputa entre as instituições tradicionais como a família, o Estado e a igreja, com a mídia, o crescimento de referências de identificação e a indústria do consumo, nas grandes cidades. Essas disputas cruzam com o crescimento intenso de referências morais, religiosas, étnicas e políticas, tendem a atrair sociólogos a estudar e tentar compreender a realidade da sociedade trabalhando na noção 'tribos urbanas', mas é claro que estamos falando de grupos urbanos e não de grupos étnicos. De acordo com Michel Maffesoli (2010), um dos cientistas sociais mais renomados que estudou mais de perto as tribos urbanas, o estouro de histórias como *O Senhor dos Anéis* e *Harry Potter*, onde o mundo mágico e tecnológico se encontra, são sinais sociológicos de que os indivíduos urbanos estão procurando um "reencantamento" para seus mundos. E de fato, com a ajuda de recursos como a internet e as comunicações digitais.

Para Maffesoli, estamos sempre representando papéis, tanto nas nossas atividades profissionais quanto no seio das diversas tribos de que escolhemos participar. Para ele, a escolha é de fundamental importância, são influenciadas pelo gosto sexual, cultura, religioso, bem como, ao juntar-se a determinada tribo, comunidade emocional ou nebulosas. Nas 'tribos', o que conta é o fato de estar junto, ainda que se trate de um engajamento transitório frágil. A motivação principal não é, por exemplo, ganhar dinheiro ou ajudar a terceiros, ainda que isso possa acontecer. As tribos são como redes de amizade que se reúnem com a função de reafirmar o sentimento que o grupo tem de si mesmo.

### **7.7 Uma escolha ou um rótulo:**

Nem sempre ser associado a uma tribo é escolha da pessoa. Segundo a antropóloga Cláudia da Silveira Pereira que foi citada por Emerique e O'Donnell, nos ajuda a compreender que o tão usado termo "patricinha", foi tão bem assimilado pela sociedade que recebeu um verbete no dicionário que mereceu um verbete no dicionário. Segundo o *Dicionário Michaelis*, significa "moça de classe social elevada; moça bem-vestida que usa roupas de marca ou cara". Mas depois de muita pesquisa, que inclui cem questionários e entrevistas aprofundadas com jovens de 15 e 19 anos, moradoras da Zona Sul do Rio de

Janeiro, diz que apesar da definição no dicionário, não existe só um tipo de patricinha, ou seja, o grupo não pode ser descrito como totalidade como meninas de argolas na orelha, cabelos lisos, roupas de grife, e que diferente dos punks, são poucas meninas que gostam de ser chamadas de patricinha. Como apenas 9% das entrevistadas se assumem patricinhas, trata-se de uma rotulação externa ao grupo, uma acusação a moças fúteis e consumistas, e ressalta que o principal fator de acusação não é financeiro, mas o de comportamento: falar auto, mexer no cabelo, rir de tudo e de todos, fazer comentários inoportunos e ser de pouca inteligência, e com isso tornou-se assim como tantas outras que andam pelas ruas, em uma tribo.

Ou seja, nem sempre todos que participam de uma determinada tribo estão ali porque querem, e sim porque foram obrigados a estar ali naquele momento devido ao seu estilo ou sua personalidade parecida com pessoas que já frequentam essa tribo.

## 8. METODOLOGIA:

Inicialmente, este projeto se propõe a um aprofundamento na pesquisa bibliográfica, a fim de aumentar os conhecimentos e os dados necessários ao desenvolvimento das argumentações e proposições que surgirão no texto final da pesquisa.

Outra ferramenta será a pesquisa de campo, a partir da observação das principais tribos desta cidade. Será aplicado um questionário (anexo I), junto aos alunos do ensino médio do IFSC, aproximadamente 270 jovens, e em torno de 50 questionário no shopping local aonde há jovens de diferentes tribos, direcionado ao público jovem buscando atingir no mínimo 50 entrevistados de diferentes tribos. Será feito um levantamento dos principais eventos dos quais as tribos participam, havendo a possibilidade de identificar outras tribos locais.

O registro das pesquisas deste projeto já vem sendo feitos através de ferramentas como fichamento e *sketchbook* (livro de esboços para pesquisas criativas), e será dado continuidade no próximo semestre.

## 9. CRONOGRAMA:

ATIVIDADE	FEVEREIRO	MARÇO	ABRIL	MAIO	JUNHO	JULHO
-----------	-----------	-------	-------	------	-------	-------

Revisão do projeto e aprofundamento bibliográfico.	X	X				
Elaborar uma linha do tempo a partir da segunda guerra mundial, identificar as principais tribos jovens e os principais motivos dos movimentos jovens.	X	X				
Levantamento dos principais eventos e festivais jovens para 2015, locais e regionais.	X	X				
Aprimorar e aplicar o questionário	X	X				
Compilar os dados dos questionários		X	X	X		
Compreender a linguagem das roupas das tribos jovens e qual a contribuição da moda nessas composições estéticas		X	X			
Observar quais tribos jovens há em Jaraguá do Sul.		X	X			
Identificar o que as tribos consomem em relação a roupas, moda, cultura e produtos de interesse geral.		X	X			
Elaboração do relatório da pesquisa				X	X	
Correção do relatório pelo orientador				X	X	
Construção dos slides para apresentação formal na banca				X	X	
Apresentação perante banca avaliadora					X	
Correção do relatório final					X	X
Entrega do relatório para publicação						X

## 10.REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

ANNIE LEONANF. **A história das coisas**. Estados Unidos,2005. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=7qFiGMSnNjw>> Acesso em: 22 ago. 2014

ARAÚJO, JULIANA DE OLIVEIRA. **Na onda da moda surf: um estudo sobre o comportamento dos consumidores jovens.** Disponível em: <<http://lapecpp.files.wordpress.com/2011/05/tfg-ii-juliana.pdf>>. Acesso em: 30 de out. 2014.

BARNARD, MALCOLM. **Moda e Comunicação.** Rio de Janeiro: Editora ROCCO LTDA, 2003. 267 p.

BRANDÃO, SABRINA. **Patricinhas e mauricinhos.** Disponível em: <<http://patricinhasmauricinhosbh.blogspot.com.br/>>. Acesso em: 9 de nov. 2014.

ANA. **Tribos Urbanas: skaters.** Disponível em: <<http://tribosurbanas-ap.blogspot.com.br/2010/02/skaters.html>>. Acesso em: 2 de nov. 2014.

CALANCA, DANIELA. **História social da MODA.** São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2008. 227 p.

COSPLAY. Tribos. Produção Daniele Susuki. Rio de Janeiro, 2007 vídeo. 8 min. Son. Color. Gravação. (1/3).

DICIONÁRIO DE PORTUGUES MICHAELIS. **Consumismo.** Disponível em: <<http://michaelis.uol.com.br/moderno/portugues/index.php?lingua=portugues-portugues&palavra=consumismo>>. Acesso em: 20 nov. 2014.

EMERIQUE, et. al. **Tempos Modernos, Tempos Sociais.** 1ªed. São Paulo: Editora do Brasil, 2010. pg.182 a pg.187.)

FELIPE ARAÚJO. **Hippies.** Disponível em: <<http://www.infoescola.com/cultura/hippies/>>. Acesso em: 17 de nov. 2014.

FERNANDES, ADRIANA. **A história do skate.** Disponível em: <<http://360graus.terra.com.br/skate/?did=2080>>. Acesso em: 21 de nov. 2014.

FERRAZ, QUEILA. **Punks – entenda as origens e os conceitos do movimento que volta as tendência.** Disponível em: <<http://www.fashionbubbles.com/historia-da-moda/punks-e-rockers/>>. Acesso em: 15 de nov. 2014.

IBGE. Disponível em: <[http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/populacao\\_jovem\\_brasil/](http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/populacao_jovem_brasil/)>. Acesso em: 25 de fev. de 2015. 18:38

INDIE, RÓGER. **A origem do rock e as tribos urbanas.** Disponível em: <<http://rogerio-sousa.blogspot.com.br/2011/11/origem-do-rock-e-as-tribos-urbanas.html>>. Acesso em: 15 de nov. 2014.

LUFT, Celso P. Minidicionário Luft. Rogério Ramos. São Paulo: Ática,2000.

MAYARA, ANDRESSA et. al. **Contracultura: o que é, como se faz.** Disponível em:<<http://jornalsociologico.blogspot.com.br/2009/05/contracultura-o-que-e-como-se-faz.html>>. Acesso em: 17 de nov. 2014.

MICHAELIS. Dicionário prático: língua portuguesa. Melhoramentos Ltda. São Paulo: 2008. 813p.

MILHOMEM, FABI. **Tribos Urbanas: Patricinhas.** Disponível em: <<http://www.trabalhosfeitos.com/ensaios/Tribos-Urbanas-Patricinhas/39368800.html>>. Acesso em: 24 de out. 2014.

MILLER, Daniel. **Trecos, Troços e Coisas: estudos antropológicos sobre a Cultura Material.** Rio de Janeiro. Zahar, 2013.

PACHECO, ELOYR. et al. **Almanaque shoujo mangá o poder da sedução feminina.** 1 ed. São Paulo. Editora escala.

PACIEVITCH, Thais. **Surfe.** Data não disponível <<http://www.infoescola.com/esportes-radicais/surfe/>> Acesso em: 21 de set. 2014

PIMENTEL, FABIANA. **Quase 60% dos brasileiros da classe emergente usam roupas de marca.** Disponível em: <<http://www.infomoney.com.br/minhas-financas/noticia/2318113/quase-dos-brasileiros-classe-emergente-usam-roupas-marca>>. Acesso em: 5 de set. 2014.

POPPI, BIANCA. **Linguagem da moda.**2013. Disponível em: <[http://www.olhardireto.com.br/conceito/noticias/exibir.asp?noticia=Moda\\_e\\_uma\\_linguagem\\_que\\_se\\_manifesta\\_atraves\\_das\\_tendencias&id=647](http://www.olhardireto.com.br/conceito/noticias/exibir.asp?noticia=Moda_e_uma_linguagem_que_se_manifesta_atraves_das_tendencias&id=647)>. Acesso em: 5 de set. 2014.

RIBEIRO, PAULO SILVINO. **Os emos como uma tribo urbana.** Disponível em: <<http://www.brasilecola.com/sociologia/emo.htm>>. Acesso em: 19 de nov. 2014.

RIGUEIRAL, CARLOTA; RIGUEIRAL, FLÁVIO. **Design e Moda, como agregar valor e diferenciar sua confecção.** São Paulo: 2002.

ROBERTO NAVARRO. **Como vivem os hippies.** Disponível em: <<http://mundoestranho.abril.com.br/materia/como-viviam-os-hippies>>. Acesso em: 17 de nov. 2014.

SABINO, MARCO. **Dicionário da moda.** Edição, texto e pesquisa. Rio de Janeiro: Elsevier,2007. 655 p.

SACRAMENTO, VYTOR ARAÚJO. **Tribos Urbanas: mauricinhos e patricinhas.** Disponível em: <<http://trabalhotribosurbanas.blogspot.com.br/2013/09/mauricinhos-e-patricinhas.html>>. Acesso em: 21 de nov. 2014.

SALLES, DAHANNE V. et al. **Contracultura e movimento hippie.**2013. Disponível em: <<http://lemad.fflch.usp.br/node/217>>. Acesso em: 19 de nov. 2014.

SALVADOR NOGUEIRA. **Roupas de grife ajudam a influenciar as pessoas** 2011. Disponível em: <<http://super.abril.com.br/cotidiano/roupas-grife-ajudam-influenciar-pessoas-632073.shtml>>. Acesso em: 5 de set. 2014.

SANZOVO, TATI. **Tribos urbanas- Patricinhas.** Disponível em: <<http://pt.slideshare.net/tatysanzovo/tribos-urbanas-patricinhas>>. Acesso em: 21 de nov. 2014.

SEGABINAZZI, Rodrigo Costa. **O estilo de vida da tribo do surf e a cultura de consumo que a envolve.** (Porto alegre: 2011). Disponível em: <<https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/37335/000821746.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 19 de set. 2014.

SUNDFELD, NATHÁLLYA, **Como e quando surgiu o surf. (20 de jan. 2012)** <<http://nathallyacabral.blogspot.com.br/2012/01/quando-e-como-surgiu-o-surf-o.html>> Acesso em: 19 de set.2014

THAYNAR, JHERO, **Sessão cosplay.** Disponível em: <<http://www.radiojhero.com/ryoko-no-japan/2013/05/sessao-cosplay-conheca-a-historia-e-os-concursos-dessa-pratica-tao-famosa.html>>. Acesso em: 28 de set. 2014.

**Tribos urbanas: skatistas.** Disponível em: <<http://tribosurbanas-tribosurbanas.blogspot.com.br/2010/09/skatista.html>> Acesso em: 2 de nov. 2014.

URBANAS, Tribos. **Tribos urbanas: skatistas.** Disponível em: <<http://tribosurbanas-tribosurbanas.blogspot.com.br/2010/09/skatista.html>> Acesso em: 2 de nov. 2014.

VELOZO, EMERSON LUÍS; DAOLIO, JOCIMAR. **O skate como prática corporal e as relações de identidade na cultura juvenil.** Disponível em: <[www.rieoei.org/rie62a12.pdf](http://www.rieoei.org/rie62a12.pdf)>. Acesso em: 21 de nov. 2014.

WOODALL, TRINNY; CONSTANTINE, SUSANNAH. **O que suas roupas dizem sobre você.** Edição: Wally C.G. Barbero. São Paulo: Globo S.A, 2006. 277 p.

## ANEXO I

### Questionário:



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA  
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE SANTA CATARINA  
CAMPUS JARAGUÁ DO SUL

Este questionário faz parte do Projeto Conectando Saberes - iniciação a pesquisa, da 1º fase do Curso Ensino Médio Integrado ao Técnico em Química do IFSC – Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia – Campus Jaraguá do Sul, para verificar como está a formação das tribos jovens na cidade de Jaraguá do Sul, identificar atitudes comportamentais como formas de vestir, falar, agir, lugares que frequentam, se há preconceitos e dificuldades de relacionamento entre as gerações. E principalmente as influências da cultura, moda e consumismo na composição estética dessas tribos locais, desta forma, ao responder este questionário você estará colaborando para a formação dos estudantes e pesquisadores.

A sua identificação é necessária para comprovar que estes dados não são uma fraude, mas não será divulgada.

Participe respondendo todas as perguntas! Sua opinião é muito importante! Obrigada!

**Alunos:** BRENDA C. L. DA SILVA, MYRELLA B. FRANCO, NATALIA DE SOUZA, RAÍSSA MARTENECHEN, RONALDO G. N. JUNIOR, SABRINA D. MARQUES.

### Questionário:

Nome do(a) entrevistado(a): \_\_\_\_\_

1: Identificação do perfil:

A: Gênero: ( ) feminino ( ) masculino

B: Qual sua idade? ( ) 15 ( ) 16 ( ) 17 ( ) 18 ( ) 19 ( ) 20 ( ) 21 ( ) 22 ( ) 23 ( ) 24

C: Onde mora: ( ) Jaraguá do Sul, bairro \_\_\_\_\_

( ) Outra cidade \_\_\_\_\_, bairro \_\_\_\_\_

D: Com quem mora? ( ) pais ( ) avós ( ) pai, madrasta ( ) mãe, padrasto ( ) irmãos

( ) tios ( ) padrinhos ( ) amigos ( ) Outros: quais? \_\_\_\_\_

E: Trabalha: ( ) sim ( ) não

2. Partindo da expressão "tribos urbanas, como sendo grupos formados nas cidades e metrópoles, que se constituem com o intuito de compartilhar hábitos e valores sociais", você pertence ou se identifica com alguma tribo? Qual ou quais?

( ) Hippie

( ) Skatistas

( ) Nerds

( ) Hip Hop

( ) Rock and Roll

( ) Surfistas

( ) Grunge

( ) Nem-nem

( ) Emos

( ) Cosplay

( ) Gospel

( ) Punks

( ) Patricinhas

( ) Mauricinhos

( ) Outros. Qual?

\_\_\_\_\_

3. Quais são as principais características de uso comum em sua tribo? (pode ter mais de uma alternativa)

- peças de roupas: ( ) calças ( ) saias ( ) camisetas ( ) camisas ( ) outras \_\_\_\_\_  
 ( ) curtas ( ) longas ( ) largas ( ) justas ( ) jeans ( ) malhas ( ) chamativas ( ) discretas
- cores: ( ) escuras ( ) vibrantes/vivas ( ) neutras  
 quais: \_\_\_\_\_
- acessórios: ( ) colares ( ) pulseiras ( ) lenços ( ) anéis ( )  
 outros: \_\_\_\_\_
- estampas: ( ) lisas ( ) chamativas ( ) com personagens ( ) xadrez  
 ( ): \_\_\_\_\_
- cabelos: ( ) curtos ( ) longos ( ) coloridos ( ) natural ( ) outros: \_\_\_\_\_

4. Principal atividade artística ou cultural que desenvolvem juntos, qual?

\_\_\_\_\_

com que frequência: ( ) diária ( ) semanal ( ) mensal ( ) \_\_\_\_\_

5. Principal atividade esportiva ou de lazer que desenvolvem juntos, qual?

\_\_\_\_\_

Com que frequência: ( ) diária ( ) semanal ( ) mensal ( ) \_\_\_\_\_

6. Qual preferência musical há em comum com sua tribo?

- ( ) Pop ( ) Metal ( ) MPB ( ) Hardcore ( ) Clássica  
 ( ) Rap ( ) Rock ( ) Pop Rock ( ) Reggae ( ) Eletrônica  
 ( ) Outros. Qual ou quais? \_\_\_\_\_

7. Qual ou quais principal(is) artista(s) em comum com sua tribo?

\_\_\_\_\_

8. Onde sua tribo geralmente se encontra? Lugares que você encontra com a turma:

( ) shopping ( ) praça ( ) igreja ( ) casa ( ) eventos ( ) outros. Quais? \_\_\_\_\_

Com que frequência? ( ) todos os dias ( ) finais de semana ( ) algumas vezes por semana,  
 quantas: \_\_\_\_\_

9. Consumo: Você compra coisas que depois acaba não usando? ( ) Sim ( ) Não

Com que frequência: ( ) Sempre ( ) Às vezes ( ) Nunca

Principais produtos: ( ) roupas ( ) sapatos ( ) acessórios pessoais ( ) outros \_\_\_\_\_

10. Você faz suas compras: ( ) sozinho ou ( ) acompanhado

Quem te acompanha: ( ) pais/responsável ( ) amigos ( ) \_\_\_\_\_

Alguém influencia as suas escolhas: ( ) pais ( ) amigos ( ) vendedor ( ) artista ( ) \_\_\_\_\_

11. Você acha que a mídia tem alguma influência no que você costuma consumir? ( ) Sim ( ) Talvez ( ) Não

Se sim ou talvez, qual ou quais mídias? ( ) TV ( ) Rádio ( ) Jornal ( ) Revistas ( ) internet

( ) Outros. Qual? \_\_\_\_\_

12. Você costuma ler ou seguir as tendências da moda? ( ) Sim ( ) Não

Em qual veículo de comunicação?

( ) Internet: ( ) blogs ( ) sites ( ) redes sociais ( ) aplicativos

- ( ) Vlog: Qual ou quais? \_\_\_\_\_
- ( ) Jornal: Qual ou quais? \_\_\_\_\_
- ( ) Revistas: Qual ou quais? \_\_\_\_\_
- ( ) Televisão: Qual a rede televisiva? \_\_\_\_\_
- ( ) Outros. Qual? \_\_\_\_\_

13. Você acha que o seu jeito de se vestir passa alguma mensagem para as pessoas? ( ) Sim ( ) Não  
Qual mensagem você quer passar com sua forma de vestir?

---

---

---

14. Qual mensagem sua tribo quer passar com sua forma de vestir e interagir?

---

---

---

Obrigada!