

# Para compreendê-los, temos que criá-los: jovens, cultura e comunicação

*To understand them, we must create them:  
young people, culture and communication*

■ OMAR RINCÓN\*

BORELLI, Silvia H. S. e FREIRE FILHO, João (2008)  
*Culturas juvenis no século XXI*  
São Paulo, EDUC/PUCSP, 331 p.

## RESUMO

Nesta coletânea de ensaios, pesquisadores dos campos da Comunicação e das Ciências Sociais analisam diferentes aspectos que compõem o complexo e multiforme universo das culturas juvenis contemporâneas. Na primeira parte, são examinados eixos temáticos recorrentes na caracterização do que seriam os “retratos da nova geração” difundidos pelas indústrias culturais, além de percepções dos próprios jovens a respeito dessas imagens estereotipadas. A segunda parte apresenta análises sistemáticas de variados aspectos do circuito de produção e de apropriação cultural juvenil, privilegiando, em geral, a (net)etnografia como ferramenta metodológica.

**Palavras-chave:** cultura juvenil, jovem, etnografia

## ABSTRACT

In this compilation of essays, researchers of communication and social sciences, analyses different aspects that structure the complex and heterogeneous universe of contemporary youth culture. In the first part, they examine usual thematic axes of the “portraits of the new generation” disseminated by the cultural industries, as well as examine the perceptions of young people themselves about this images including. In the second part, they analyze various aspects of the youth cultural production and appropriation (the Ethnography stands out as privileged methodological tool).

**Keywords:** youth culture, young people, Ethnography

\* Professor adjunto da Universidad de los Andes (Colômbia), Diretor do Centro de Competência em Comunicação para América Latina da Fundação Friedrich Ebert. Autor de *Narrativas mediáticas o cómo cuenta la sociedad del entretenimiento*, Barcelona, Gedisa, 2006. Editor de *Los tele-presidentes: cerca del pueblo, lejos de la democracia*, Bogotá, C3-FES, 2008. Tradução do espanhol por Ariane Aboboreira. Revisão: Silvia Borelli.

# R

Para compreendê-los, temos que criá-los:  
jovens, cultura e comunicação

**N**ÃO HÁ NADA mais fascinante e, ao mesmo tempo, assustador do que os jovens. Atraem e amedrontam, pois quando queremos compreendê-los/explicá-los, estão sempre em outro lugar. Seduzem pela magia de serem inapreensíveis.

Os jovens são o valor máximo do mercado: todos devemos/queremos/desejamos ser jovens. E isso se pode alcançar pelo consumo massivo/midiático/cultural. Constituem-se, entretanto, o medo público mais ético: tornaram-se massas, sem consciência nem futuro, em razão da perda de nossos ideais sociais. Muito estilo, pouca ideologia. Fascinam e intimidam, porque não podemos conhecê-los/controlá-los/domesticá-los.

Compreender, portanto, o juvenil como fenômeno cultural, sociológico e comunicativo é quase uma impossibilidade acadêmica e uma ousadia sociológica. Além disso, o fato de estarem sempre em fluxo, em outro lugar, caracteriza a inexistência de um único modo de ser jovem; e expressa as muitas formas sociais e culturais juvenis. A frustração do pesquisador é constatar que, logo após sua compreensão, surgem novos modos de ser jovem. E a análise realizada supera-se demandando novas tentativas. Sempre se rebelando, escapando, incompreensíveis.

O inacreditável é que existem estudiosos persistentes e obstinados, mas, sobretudo imaginativos, que intentam compreendê-los. O extraordinário é que são bem sucedidos. Relatam como são os jovens. E entre estes seduzidos, há muitos e bons investigadores no Brasil. Borelli e Freire Filho articularam 15 textos, de 15 estudiosos brasileiros, sobre 15 alternativas fluidas, contraditórias e diversificadas de compreender os jovens. Além disso, nos brindaram com um brilhante ensaio do professor Jesús Martín-Barbero que tem nos ensinado a refletir, de maneira singular, sobre a comunicação e a cultura. Isso é *Culturas Juvenis no Século XXI*.

A paisagem juvenil/urbana/tecnológica/midiática adquire matizes políticos, texturas culturais e fragrâncias de mercado em *Culturas Juvenis no Século XXI*. Esse texto, de investigadores dos fluxos e estudiosos da neurose sônica chamada juventude é uma boa leitura, se o leitor desejar: (1) conhecer como se constrói um mapa cultural dos jovens na atualidade; (2) usufruir de alternativas por meio das quais estes investigadores da juventude experimentam seus protocolos metodológicos para descrever, conhecer e interpretar; (3) encontrar um novo universo de palavras, retóricas, discursos e símbolos do nosso tempo; (4) conhecer o que diz o professor Jesús Martín-Barbero, sobre como construir uma reflexão sobre a juventude.

(1) *Culturas Juvenis no Século XXI* é um mapa cultural, *made in jovens*, sobre o nosso devir na contemporaneidade; os leitores são contemplados com ricas descrições, ótimas histórias e surpreendentes explicações sobre os prazeres e fruções midiáticos juvenis; o que significa adultescência e/ou juvenilização da sociedade, nas formas de ler *Harry Potter*; ficções que nos mostram que, no cinema, o martírio musical juvenil vende e conduz à beatificação; melodramas sobre esse metarrelato preconizam que só o amor sanará a pobreza e que nada deve se modificar; questionamentos sobre a atração exercida pela violência como estética, relato e categoria que encanta os meios e a sociedade: sejas violento e serás midiático, disse o jornalista; maneiras de compreender o consumo de marcas, produtoras de identidade juvenil; a cena eletrônica, como forma de intervenção local, globalizada, igual, porém distinta; músicas eletrônicas, que todos incorporam, conhecem, delas retêm quase nada, mas que se tornam capazes de criar vivências corporais tendencialmente massivas; rebeldia/resistência/anarquia do *hip hop* ou o lugar onde, na música, se faz política; artes políticas de pintar a cidade para gerar a amizade e o diálogo; *graffitis*, arte convertida em estratégia de mercado, mas capaz de fluir em formas diversas de expressar a cidade; descrições extraordinárias e também amenidades nas comunidades *on-line* – ou o anônimo que se permite liberdade e aventura existencial; o ativismo audiovisual, dos produtores de filmes *trash*, como consumação da pulsão narrativa; os celulares ou a revolução da identidade, o corpo, o urbano, o fluxo, a política. De tudo isso, e muito mais, deriva esse texto escrito por muitas vozes, registros de realidade e multiplicidades de marcos interpretativos. O resultado: um texto/mapa do trajeto/cena/tendência de ideias, reflexões e ousadias, expressão de jovens globalizados, mas localizados, entretanto, sempre em outro lugar.

(2) *Culturas Juvenis no Século XXI* permite que se desfrute da criatividade metodológica dos pesquisadores, os quais, para analisar seus nômades e contraditórios sujeitos/cenários reflexivos, experimentam formas de descrever, conhecer, interpretar: “perspectiva pendular estruturada em torno de um universo empírico de caráter multimetodológico, articulado a um campo reflexivo e epistemológico, desde o qual se pensa a fabricação cultural juvenil baseada em práticas, estruturas e processos comunicacionais/midiáticos...” (Rocha e Costa). Assim, para compreender os jovens nas ruas, em suas relações com a música, a televisão, as tecnologias, as sensibilidades e o consumo propõem-se: etnografias de consumo e de produção; (net)etnografias; análises de conteúdos, textual e dramática; observação distante e participante; jogos de papéis e histórias de vida; questionários abertos e relatos testemunhais; entrevistas e sondagens; trajetórias de produção e formas/táticas produtivas; usos sociais;

vivências de símbolos, experiências e hábitos. Para conhecê-los, há que criá-los metodologicamente. E isso se torna uma aventura fascinante: observar como, ao analisar os jovens, esses pesquisadores criam modos de estar, descrever e compreender; tornam-se, simultaneamente, investigadores/estudiosos/ensaístas. A criatividade analítica fundamenta-se em autores que permitem imaginar ou convidam à aventura de refletir sobre o processo de conhecer: Jesús Martín-Barbero, Edgar Morin, Pierre Bourdieu, Néstor García Canclini, Gilles Deleuze, Félix Guattari, Michel Maffesoli. Autores que preconizam: investigar é experimentar e imaginar.

(3) *Culturas Juvenis no Século XXI* apresenta-se como um texto prazeroso para pensar/ler, porque resulta da criação de um universo de palavras, retóricas, discursos e símbolos para deslindar nossos tempos. Uma aventura experimental sobre o «exercício de nomear» os jovens, eternos sujeitos da atualidade. Uma viagem através dos novos mundos mediada por: “sociabilidades, tecnicidades, subjetividades”; “consumo inventivo”; “juventude emergindo de dois lucrativos relatos geracionais: «ideal de mercado e modelo de subjetividade neoliberal»” em construção (Freire Filho); “jovens componentes de uma «mitologia moderna» – simpáticos, olímpianos, erotizados, felizes, masculinos/femininos, planetários” (Borelli); “jovem *slogan*, clichê publicitário, imperativo categórico” (Borelli, apud Kehl); jovem “mártir [...] santidade associada ao rock, homenagem a uma transgressão, a uma subversão do conceito” (Prysthon); “telenovelas que propõem soluções individuais, sugeridas pelo melodrama, acionador do realismo emocional” (Ronsini); “estetização da violência, como potente articulador material e simbólico do comportamento, das narrativas e das visualidades juvenis [...] violência como forma de ser, comunicar, apreender e interpretar” (Rocha e Costa); jovem “que sobrevive do consumo de marcas” (Rodrigues de Lara); “lugar de convergências divergentes – sempre outro, sempre o mesmo [...] lugar de catalisação e desempenho de uma estética [...] uma montagem” (Eugenio e Lemos); lógica de pertencimento “nômade, superficial, efêmera, fluida, transitória e dispersa das identificações” (Sá, Garson e Waltenberg); “atitude *rapper* e referências ao «tráfico» (de drogas, de culturas e de informação), ao preconceito (racial e social) e à pobreza (favelas e periferias)” [...] o marginal midiático (Herschmann e Galvão); “*graffiti* nos muros da cidade que interpelam, chamam, levam a pensar, provocam [...] e definem o diálogo” (Caiafa e Sodré); cibercultura caracterizada “pela liberação do polo emissor, do princípio de conexão em rede e da reconfiguração de formatos midiáticos e das práticas sociais; [uma estética] de ordem conversacional” (Duarte e Amaral); “deslocar-se do papel de espectador para o estatuto de produtor” (Castelhana); “celulares como tática de inclusão simbólica dentro de

uma lógica de modernidade marcada pela conectividade e interatividade [...] celulares como recurso para situar-se no mundo” (Silva). E, finalmente: “ser jovem no Brasil é um ideal e um privilégio” (Araújo e Coutinho); e os jovens intervêm nas cidades com “pichações” para “socializar, fazer amigos, andar como irmãos e cúmplices” (Alves Oliveira).

Nesse sentido, criativa e fascinante torna-se a viagem pelas culturas juvenis investigadas com o objetivo de compreender nossa atualidade. Ler esse texto vale a pena porque ele permite usufruir de uma linguagem e de uma retórica inventadas, propositalmente, com o objetivo de compreender os sujeitos produtores desta atualidade.

(4) Sua leitura se justifica, ainda, pelo excelente ensaio de Jesús Martín-Barbero; ele indica que devemos compreender/explicar a juventude pelas lógicas da solidariedade/expressividade estética, como nômades urbanos que são e como signos da emergência de novas sensibilidades públicas. Modos de ser juvenis que só podem ser compreendidos tomando por base os fluxos musicais, audiovisuais e digitais. Só então se viabiliza a atribuição de significados às novas temporalidades e textualidades geradas nas interfaces culturais, produtoras de novas subjetividades.

Esse texto constitui-se, portanto, numa proposta para ler os jovens além dos estereótipos midiáticos – rebeldes, selvagens, delinquentes e inconsequentes. Essas pesquisas/ estudos/ensaio podem ser concluídos com uma única verdade: “nunca foi tão arriscado ser jovem quanto agora”. Essa é a beleza de *Culturas Juvenis no Século XXI*; os relatos demonstram que ser jovem é o mais difícil, mas também o mais consagrado de nosso tempo.

Por que não lê-lo? Há três razões para que alguém não leia este mosaico de estudos sobre a juventude. A primeira, diz respeito aos interessados em realidades de alta densidade e em investigações mais fiéis à realidade do que à imaginação. Existe aqui, nesse trabalho, uma enorme quantidade de fluxo, leveza e experimentação. O segundo motivo está na crença de que nada há para conhecer ou compreender sobre os jovens: eles seriam apenas signos do mercado, em uma época de perdas de sentido/ experiência e de ausência de significados. A terceira razão diz respeito à ausência da política; pode-se intuir que esses jovens sejam políticos em suas estéticas e vivências e que sejam cidadãos/criadores e não consumidores/midiatizados. Mas os autores não quiseram, não tiveram espaço suficiente ou não lhes interessava a compreensão dos jovens como sujeitos políticos, como atores que discordam e buscam outras formas coletivas, baseadas em suas várias intervenções na cidade, na vida e nas subjetividades. A ausência da política é prejudicial para os estudos de juventude: exaltam-se as características juvenis, a cidadania se dilui no estético

# R

Para compreendê-los, temos que criá-los:  
jovens, cultura e comunicação

e não se leva em consideração que a política permite imaginar outros mundos possíveis. É uma pena, pois nada mais político do que o prazer, as estéticas e o entretenimento. A política, a cidadania e a imaginação coletiva fazem falta aos jovens, ao século XXI, às culturas urbanas, à cena *techno* e a todos nós. Talvez valha a pena ler *Culturas Juvenis no Século XXI* para saber se a política, que não vi, estava ali.

---

Resenha recebida em 31 de julho e aprovada em 21 de agosto de 2009.