

## **Juventude como espírito do tempo, faixa etária e estilo de vida: processos constitutivos de uma categoria-chave da modernidade**

---

### **Juventud como espíritu del tiempo, edad y estilo de vida: procesos constitutivos de una categoría clave de la modernidad**

---

*Youth as spirit of time, age range and life style: constitutive process of one modernity's key-category*

---

Ana Lucia Enne<sup>1</sup>

**Resumo** Neste artigo buscamos refletir sobre a relação entre a construção da categoria semântica “juventude” e o processo histórico da constituição da modernidade ocidental. Partimos do princípio de que a ideia de juventude, em sua convergência com os ideais de renovação, ruptura e movimento, traduz-se como categoria-chave para a modernidade, constituindo-se em valor positivo e em um espírito do tempo. No entanto, o jovem como sujeito objetivado, ou seja, a partir do recorte da faixa etária, só se consolida em cena efetivamente a partir de meados do século XX, quando o contexto sociocultural permitirá que a confluência entre juventude, consumo e mídia se traduza na possibilidade de configuração e reconfiguração das identidades (como discursos produtores de sentidos) a partir da construção de múltiplos estilos de vida. Por fim, objetivamos mostrar que alguns eixos dos estilos de vida jovens construídos pós-50 – em especial, renovação, hedonismo e relação com o consumo – se legitimam, na modernidade tardia, como novo espírito do tempo, agora celebrado como estilo de vida coletivo, levando a uma busca por não envelhecer e manter-se jovem, independentemente da faixa etária em que se vive.

**Palavras-chave:** Juventude. Modernidade. Espírito do tempo. Estilo de vida. Consumo.

<sup>1</sup> Ana Lucia Enne é jornalista, mestre e doutora em Antropologia pelo PPGAS/MN/UFRJ. Atualmente é professora do curso de Estudos de Mídia e da Pós-graduação em Comunicação da UFF, onde coordena o LAMI (Laboratório de Mídia e Identidade – <http://www.uff.br/lami>) e o Grecos (Grupo de Estudos sobre Comunicação e Sociedade – <http://www.uff.br/grecos>) – email: [anaenne@gmail.com](mailto:anaenne@gmail.com).

**Resumen** *En este artículo, buscamos una reflexión sobre la relación entre la construcción de la categoría semántica “juventud” y el proceso histórico de la constitución de la modernidad occidental. Partimos del principio de que la idea de juventud, en su convergencia con los ideales de renovación, ruptura y movimiento, se traduce como categoría clave para la modernidad, constituyéndose en valor positivo y en un espíritu del tiempo. Entre tanto, el joven como sujeto objeto, o sea, a partir de la edad, solamente entra en escena a partir de meados del siglo XX, cuando el contexto socio-cultural permitirá que la confluencia entre juventud, consumo y medios se traduzca en la posibilidad de configuración y reconfiguración de las identidades (como discursos productores de sentidos) a partir de la construcción de múltiples estilos de vida. Por fin, objetivamos mostrar que algunos ejes de los estilos de vida jóvenes construidos pos-50 - en especial, renovación, hedonismo y relación con el consumo – se legitiman, en la modernidad tardía, como un nuevo espíritu del tiempo, ahora celebrando como estilo de vida colectiva, llevando a una búsqueda por no envejecer y mantenerse joven, independiente de la edad en la cual se vive.*

**Palabras-clave:** Juventud. Modernidad. Espíritu del tiempo. Estilo de vida. Consumo.

**Abstract** *In this article, we aim to reflect over the relationship between the semantic category “youth” and the historical constitution process of the western modernity. We take as premise the idea of youth, within its convergence with the concepts of renovation, rupture, movement, turns out to be a key-category to the modernity, constituting itself as a positive value and a spirit of time. However, the youth as objectified subjects, it means, based on age range perspective, was only consolidated from mid- 20th century, when the socio-cultural context will allow the confluence of youth, consumption and media and to translate them to identities configuration and reconfiguration possibilities (as sense producer discourses) from the construction of multiplies life styles. Finally, we aim to show that some youth constructed life styles after the fifty’s- in special renovation, hedonism and the relation with the consumption - are legitimated in the late modernity, as the new spirit of time, now celebrated as a collective life style, leading to a search for not aging and maintaining the youth, independently of the age range your are living.*

**Keywords:** Youth. Modernity. Spirit of time. Life style. Consumption.

---

Data de submissão: 10/2010

Data de aceite: 11/2010

## Apresentação<sup>2</sup>

Em seu fascinante retrato sobre a sociedade chinesa, Claudia Trevisan (TREVISAN, 2010, p. 47) aborda, embora muito timidamente, uma característica cultural que considera fundamental para a compreensão dos chineses, de forma geral: a “perda da face”. Segundo ela, os chineses encaram como uma vergonha profunda quando são, de alguma forma, desmascarados em relação a uma faceta pública que assumem. A manutenção das máscaras sociais, independentemente de sua veracidade, é elemento central para a preservação de seu *guanxi*, ou seja, o prestígio social que permite que cada membro da sociedade construa redes de relações e acumule um capital de status, notabilidade e reconhecimento.

Interessante notar que a descrição acima, relacionada a uma sociedade tradicional e profundamente holista, surpreendentemente se aproxima de alguns traços fundamentais da lógica constitutiva da modernidade ocidental, em que indivíduos, por meio de redes sociais e processos interativos, vivenciam mais plenamente a experiência de se construir como pessoas, *personas* no sentido proposto por Erving Goffman (GOFFMAN, 2005), cujas máscaras sociais são culturais porque assumem facetas públicas e permitem aos sujeitos se movimentarem dentro das estruturas sociais e, rompendo com funções previamente a que estavam destinados no sistema holista pré-moderno, desempenharem diversos papéis sociais. Para Norbert Elias (ELIAS, 1993), por exemplo, isso caracteriza o indivíduo moderno, eixo fundamental para a implementação do processo civilizatório que marcará o ocidente urbano, metropolitano e complexo.

<sup>2</sup> As reflexões agora apresentadas neste artigo são parte de um amálgama de atividades de pesquisa e docência, em que as temáticas da juventude, do consumo e da mídia estiveram sempre presentes. Destaco, em especial, os cursos de “Mídia e cultura do consumo”, “Mídia e juventude”, “Sociologia e Comunicação” e “Mídia e cultura popular”, que ofereci, em 2008, 2009 e 2010, na graduação em Estudos de Mídia e na Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense/UFF. Além disso, realizo, desde 2009, como Jovem Cientista do Nosso Estado pela FAPERJ, a pesquisa “Das Casas de Cultura às ONGs na Baixada Fluminense: reflexões sobre mídia, cultura, política, práticas de comunicação e juventude”, com auxílio das bolsistas de Iniciação Científica Andressa Lacerda Aquino Silva (PIBIC/CNPq/UFF) e Gyssele Fabia Mendes Pereira (FAPERJ). Algumas discussões aqui publicadas foram compartilhadas com o público presente no 8º Simpósio Comunicação e Práticas de Consumo, realizado na ES-PM/SP, em setembro de 2010, a quem agradeço pelo convite e pela excelência da interlocução.

Talvez o conceito que permita alinhar de forma mais clara essas duas formas culturais de vivenciar personagens públicos seja o de *estilo de vida*. Max Weber (WEBER, 2000) e Georg Simmel (SIMMEL, 1971) já chamavam a atenção para o caráter significativo das ações sociais, em que os atores sociais desempenhariam seus papéis em jogos interativos. Uma *ação social*, ou uma *sociação*, nos termos simmelianos, seria sempre simbólica, requerendo esforço interpretativo, ou compreensivo, da parte dos envolvidos em cada processo relacional. Dessa forma, muitos elementos seriam acionados, signos em processo de significação, permitindo maior complexidade nesse jogo hermenêutico. Formas de estar no mundo, de “fazer com”, estariam em consonância com visões de mundo. Assim, o *ethos*, o estilo de vida, estaria fortemente relacionado com o *eidós*, permitindo que os sujeitos, historicamente, por meio de seus modos de viver, materializassem suas concepções acerca desse estar e ser no mundo, construindo sistemas hierárquicos e valorativos. Isso, sem dúvida, não seria constitutivo somente da modernidade. O exemplo chinês nos chama a atenção para isso, mas poderíamos beber também em fontes ocidentais, e perceber a estreita relação entre as práticas camponesas da idade média e a cultura oficial católica medieval, ou o quanto as regras de conduta na sociedade de corte, levando ao ridículo os que não se curvavam a elas, são expressões de uma lógica de distinção que é a base estrutural daquela sociedade.

O que seria característico da modernidade ocidental, então? Em primeiro lugar, o caráter cada vez mais individualizante da construção dos estilos de vida. Evidentemente, toda construção cultural é sempre social e individual, no sentido de que se manifesta individualmente, mas está sempre ancorada nas estruturas sociais. Gilberto Velho, a partir especialmente de Alfred Schutz e G. Simmel (VELHO, 1981 e 1994), chama a atenção para o fato de que as construções dos estilos de vida estão imersas em *projetos*, que sempre se dão dentro de *campos de possibilidades*, sendo que a estreiteza ou a amplitude das fronteiras desses campos são mutáveis e dependentes de uma série de variáveis. Assim, se são os indivíduos que constroem, pelos mais diversos recursos, sua rea-

lidade social, eles o fazem dentro de sistemas mais ou menos rígidos de regras, valores, hábitos etc. A isso Norbert Elias (ELIAS, 1997) e Pierre Bourdieu (BOURDIEU, 2007) chamaram de *habitus*, que são os valores introjetados que carregamos, quase sempre manifestos no nosso corpo, e que em muitos aspectos condicionam nossas escolhas e possibilidades de construção de si.

Mesmo levando tais aspectos em consideração, sem dúvida é na modernidade ocidental que, dentro de uma ideologia individualista, os sujeitos disporão de maior autonomia para compor suas pessoas públicas. Por rupturas políticas, econômicas ou culturais, haverá claramente, em especial para as camadas médias, a ampliação dos “campos de possíveis” para a reinvenção de si. Só para citar alguns exemplos, a postura liberal acerca da liberdade individual, as possibilidades de aquisição dadas pela ampliação do consumo via cultura massificada, as exigências de novos sujeitos sociais para ocuparem posições de protagonismo histórico (como as mulheres e os jovens), dentre outros, paulatina e ao mesmo tempo vertiginosamente transformarão as concepções e limites dos processos de construção da pessoa moderna ocidental, permitindo a conjugação de dois conceitos-chaves, como indica Gilberto Velho: as dimensões do *projeto* e da *metamorfose*, sobre as quais falaremos mais detalhadamente adiante.

Evidentemente, os constrangimentos sociais não desapareceram. Não na fase de formação da modernidade nem em seu adensamento nas últimas décadas, é bom lembrar. Como também abordaremos mais cuidadosamente em outro ponto deste artigo, a construção de um individualismo qualitativo, em que a singularidade e distinção são elementos centrais e, portanto, profundamente devedores da noção de estilo de vida, só foi possível a partir da consolidação de um individualismo de tipo quantitativo, ancorado em valores de igualdade e padronização, como explicou G. Simmel (SIMMEL, 1971). Mas proporcionalmente, em comparação com a sociedade encompassadora pré-moderna, sem dúvida na modernidade ocidental, em especial na sua fase de consolidação, em meados do século XIX e início do século XX, o indivíduo passa a dispor

de capital simbólico ampliado para construir seu estilo de vida e complexificar o desempenho de seus papéis sociais.

Mas não só pela projeção da dimensão individual a modernidade ocidental, no que tange às possibilidades de construção de estilos de vida, se diferencia das fases precedentes ou de outras formas societárias, como os chineses com que abrimos este artigo. Dois outros aspectos, claro que dentre outros, merecem ser destacados. Em primeiro lugar, a relação entre esse processo acima descrito e o crescimento de forte cultura midiática, em que a esfera do consumo se torna elemento central para a efetivação desse alargamento dos estilos de vida. E, também fortemente atrelada a esse último ponto, a demanda cada vez mais crescente por renovação, mudança, movimento, ruptura, entre outros signos caros à modernidade em sua luta afirmativa contra a tradição, valores esses, todos, de algum modo, associados a um conceito ainda em florescimento, que em meados do século XX seria o amálgama perfeito entre modernidade, mídia, consumo e estilo de vida: a juventude.

São esses os temas que pretendemos desenvolver a seguir.

### **Juventude, consumo e estilo de vida**

É consenso que a partir de meados do século XX, em especial no pós-guerra, o protagonismo juvenil se consolidou. Eric Hobsbawm (HOBSBAWM, 1995) fala do início de uma “cultura jovem”. Edgar Morin (MORIN, 1987) considera que nesse momento se estabelece a pedocratização, em detrimento de uma gerentocracia, que vai perdendo força principalmente com o desmantelamento das instituições tradicionais, com destaque para a crise do modelo familiar patriarcal burguês.<sup>3</sup> Sem dúvida, uma série de movimentos colocou o ator social “jovem”

<sup>3</sup> Em pequeno e instigante post publicado no blog do Grecos, a aluna de Estudos de Mídia Andressa Lacerda de Aquino Silva apontou, a partir de reflexões do curso de Mídia e Juventude, que oferecemos em 2010/2, a relação entre a explosão da juventude e a “morte de deus”. Cf. <http://blogdogrecos.blogspot.com/2010/09/sobre-morte-e-juventude.html>.

definitivamente em cena a partir das décadas de 50 e 60, e a cultura midiática tem forte relação com esse processo.

No entanto, é possível perceber que a ideia de juventude, como um certo *espírito do tempo*, relacionado às rupturas, ao novo, ao que não se conforma, à busca por experiências e mudanças, já havia encontrado respaldo no próprio movimento constitutivo da modernidade ocidental. Os valores acima citados, relacionados no senso comum contemporâneo à juventude, são signos caros ao conceito de moderno, em especial a partir do século XIX, quando a própria palavra “moderno” é incorporada definitivamente ao vocabulário cultural do período (KOSELLECK, 2006), fazendo com que modernidade seja não só uma época, mas também uma visão de mundo e uma forma de estar nele, ou seja, um ethos, um estilo de vida (BERMAN, 1986).

Portanto, entendemos que, como espírito do tempo, “juventude” é signo vital do ser moderno. E a aceitação e valorização da ideia precedem, nesse sentido, a própria aceitação e valorização do sujeito concreto jovem, no que se refere à faixa etária, ou seja, etapa intermediária entre a infância e a vida adulta, que convencionalmente se estende, com variações, em torno da faixa que vai dos 15 aos 25 anos (ao menos no que se refere aos padrões socioculturais do ocidente pós-50, que estamos abordando aqui). Mais ainda, quando esse sujeito concreto, o jovem, é o “rebelde sem causa” americano dos anos 50, ativista e contestador universitário de maio de 68, alienado fã da Jovem Guarda, apologista do imperialismo americano, hippie remando contra a cultura e pregando o poder da flor para vencer os males do sistema, dentre outros tantos estereótipos que se firmaram historicamente no imaginário mundial (contando, para isso, com a preciosa ajuda dos meios de comunicação massivos), passa a exigir voz e reconhecimento aos seus princípios, dúvidas, desejos e vontades, esse movimento, embora vá encontrar não poucas resistências, já se dá em uma herança de aceitação e reconhecimento do espírito juvenil. Sem dúvida, ser moderno é ser jovem, mesmo antes do próprio, em termos etários, ser percebido – não sem temores – em sua existência.

Assim, mesmo quando ainda destinado ao silêncio e ao esquecimento, como cabia à maior parte dos jovens na virada do século XIX para o XX (os homens desde muito cedo preparados para o trabalho e para assumirem o papel de provedores, e as mulheres duplamente silenciadas – em termos de geração e de gênero), havia, sem dúvida, uma disposição à juventude como espírito do tempo, e isso foi, paulatinamente, se traduzindo em novas formas de conduta e hábitos. E a cultura de massa, também essa filha da modernidade, soube traduzir essa transformação nas concepções de mundo desde muito cedo, mesmo quando as instituições tradicionais ainda exerciam maior força. No início do século XX, por exemplo, a publicidade começa a mudar consideravelmente de formato, e a presença de figuras e valores jovens nos anúncios já se faz sentir nas primeiras décadas. A cultura romântica da boemia, sem dúvida já no século XIX, lócus do espírito inquieto e inovador dos novos tempos, ganha fôlego nos efervescentes anos 20. Os esportes – com a conseqüente celebração do corpo forte e vigoroso, traços de óbvia juvenilização – também cresceram explicitamente no período. E o cinema, mais talvez do que qualquer outro campo, traduziu claramente essa tendência, construindo seu panteão de olimpianos em torno de figuras esteticamente jovens. Não por acaso, os governos totalitários que tomarão forma em especial nos anos 30 explorarão claramente, em ambíguo jogo de composição entre tradição e modernidade, o potencial renovador da juventude, direcionando a ela grande parte de seu discurso e assumindo parte de seus valores e membros.

Percebemos, nesse processo, que a construção entre modernidade, juventude, mídia e estilo de vida antecede sua explosão nos anos 50 e 60, embora, sem dúvida, tome outra dimensão após esse momento. Uma das características mais marcantes, para muitos, da pós-modernidade, ou da modernidade tardia, é a flexibilização das possibilidades de construção das identidades dos sujeitos, em *poesis* mais complexas e fluidas (GUATTARI, 1992). Os jovens seriam atores fundamentais, se não os principais, exatamente por encarnarem, em razão de sua própria história, uma fase de transição que se adequa perfeitamente às deman-

das por fluidez e experimentação valorizadas na modernidade adensada. Argumentamos aqui que, embora alguns traços sejam específicos dessa fase tardia da modernidade, a juventude como espírito do tempo (*eidós*) e estilo de vida (*ethos*) já estava sedimentada com a própria ideia de modernidade, e se adensará após a entrada em cena do jovem propriamente dito, como ator social, e com o crescimento e acelerada diversificação das formas midiáticas e das práticas de consumo.

Sem dúvida, há aí um corte importante. No mesmo momento em que a cultura jovem, como denomina E. Hobsbawm, está se constituindo, também assistimos à transformação de uma “sociedade industrial voltada para o consumo” para uma “cultura do consumo”, em que a capacidade (evidentemente sempre existente) dos bens materiais de significarem e produzirem sentido se amplia consideravelmente. Os bens sempre foram simbólicos, mas nesse momento algumas ideias-chave para a cultura do consumo – aumento da variedade de produtos, expansão do acesso aos mesmos, formas híbridas e mediadas de usá-los – se consagrarão, permitindo que a mercadoria assumisse, como ressalta J. Baudrillard (BAUDRILLARD, 1995), cada vez mais sua face signíca, como a transformação da marca em conceito permite claramente perceber. Tal movimento encontrará seu cenário ideal na cultura midiática, espetacularizada e imagética, que também está em franco crescimento nesse momento. Sem dúvida, a mídia massiva se voltará muito fortemente para a cultura juvenil, no campo imagético e no da música, mas os jovens se apropriarão fortemente dessa cultura midiática, adotando o tom publicitário em slogans identitários (“faça amor, não faça a guerra”; “tudo aqui e agora”; “viva e deixe viver”; “é proibido proibir”, dentre outros), utilizando-se claramente dos recursos visuais e sonoros como forma de expressão, adotando o espetáculo como linguagem-chave de sua existência etc. Não há, portanto, como não relacionar, nesse processo histórico, a afirmação concomitante das três culturas: jovem, midiática e consumista.

No processo, novos sistemas de distinção serão continuamente postos em cena, na luta dos indivíduos por sua afirmação como pessoas singu-

lares. Entendendo que esse jogo de constituição identitária via consumo encontrará seu paraíso no capitalismo liberal, individualista e racional, ou seja, sobre uma base em princípio igualitária sob o manto universal do dinheiro e não por privilégios a priori, será preciso, para esse indivíduo quantitativamente próximo dos demais (embora não tanto, como nos mostram as estruturas várias, dentre elas as de classe, gênero, raça etc.), buscar qualitativamente se diferenciar dos demais. O estilo de vida será, como já vimos neste artigo, caminho fundamental no processo.

Nessa busca, aparentemente contraditória, mas que preferimos ler como ambiguidade constitutiva da modernidade, o indivíduo, necessariamente, construirá seu estilo de vida em interação com outros indivíduos e estilos de vida. Portanto, a ideia de construção identitária plenamente individual nunca se concretizará, porque as ações significativas em que o sujeito está imerso possuem caráter público e se relacionam com os demais atores sociais. Evidentemente, quando os campos de possíveis se ampliam, o indivíduo pode dispor de maior autonomia na construção de seu estilo de vida e fazer uso de forma mais clara da dimensão do projeto, entendido como “conduta deliberada visando a um fim” (VELHO, 1981). Ou seja, quando mais autônomos, os sujeitos podem planejar mais livremente, em alguma medida, a construção de seu estilo de vida. Pierre Bourdieu (2007) mostra isso claramente em estudo sobre as formas de distinção na França dos anos 1960. Já os sujeitos com menor autonomia (com menos capital, em especial o econômico), precisam lançar mão, como indica Michel de Certeau (1998), de táticas e astúcias para construir seus sistemas de representação. Porém, mesmo com graus diferenciados, é comum aos indivíduos dos dois universos acima citados a capacidade de construir, a partir de recursos diversos, seu estilo de vida, e o fato de esses estilos estarem ligados a outros estilos de vida, com os quais precisam dialogar.

Com o crescimento da cultura do consumo a partir da metade do século XX, o igualitarismo quantitativo, no sentido acima descrito, também se ampliou, evidentemente com graus diferentes de autonomia, dos sujeitos para a construção de seu estilo de vida. Mas novos personagens

se colocaram e foram colocados em cena, dentre eles jovens, mulheres, negros, minorias étnicas e sexuais. Ao mesmo tempo, a demanda por novos recursos na construção do individualismo qualitativo se ampliou. O potencial de metamorfose, característico da modernidade, permitindo que os sujeitos assumissem variedade maior e mais complexa de papéis sociais, não tão fixos quanto no período pré-moderno, se amplia. O universo da cultura do consumo será um recurso claro nesse processo. Os bens adquiridos serão fundamentais no processo de significação das propostas igualitárias e nas de distinção, que se alternarão no jogo identitário de acordo com as fronteiras culturais que se estabelecem ou se busca estabelecer. Por vezes, os objetos serão marcas de singularidade e separação. Em outras, serão instrumental decisivo para construção de pertencimentos e aceitação. Adensando de forma definitiva o que já vinha fazendo desde a sua constituição, a cultura midiática será central no fornecimento de imagens e diretrizes para os sujeitos vivenciarem esse dramático jogo de personalizar-se sem perder, com isso, seus liames culturais. Isso abrangerá praticamente todos os sujeitos sociais que estão inseridos nas sociedades pós-modernas, em especial com a globalização, mas não há dúvida de que serão os jovens que exponenciarão e darão maior visibilidade a esse processo. Ganharão com isso, pagarão por isso.

### **Resistências e re-existências**

Considerando a sua entrada em cena definitivamente, a partir de meados do século XX, o que ganharam os jovens? Em primeiro lugar, a crescente autonomização frente a alguns estratos tradicionais de forte opressão, como família, trabalho, sistema educacional. Sua intensa luta por visibilidade, voz e representação tem conquistado vitórias importantes. E sobre eles, signo claro do espírito do tempo da modernidade, foi sendo depositada a esperança da transformação e da mudança histórica. De atores relegados da história, os jovens passaram a ser os depositários da confiança de que “nada será como antes”.

Parte de seus penares advém daí. Tal peso colocado sobre os ombros de atores sociais concretos, que ainda vivem longo processo de luta por afirmação e que enfrentam seus próprios problemas como segmento social (vivem fase de instabilidade, moratória não só social, como apontam diversos estudos, mas também emocional, em que conjugam momento de certeza plena com insegurança absoluta, como sabem perfeitamente todos que algum dia vivenciaram essa etapa da vida), tem custo enorme e grande possibilidade de frustração. Suas atitudes pouco convencionais, que buscam romper com os parâmetros instituídos, serão lidas ou como resistência ou como infantilidade. Como resposta infantil às demandas da vida adulta, as atitudes dos jovens tendem a ser desqualificadas e muitas vezes ignoradas. Como resistência, por vezes temidas e duramente combatidas, especialmente no que se convencionou chamar de pânico moral, quando as atitudes juvenis passaram a despertar a sensação de insegurança e perigo. Mas muitas vezes valorizadas e constantemente cobradas, como se ser jovem necessariamente implicasse não aceitar o instituído, novamente nos lembrando a associação entre juventude e modernidade.

A isso provavelmente se referia Guy Debord quando, por volta dos anos 1960, conforme ressalta João Freire Filho, “pontificara que o conceito de *juventude*, no sentido de ‘mudança daquilo que existe’, era uma espécie de anacronismo” (FREIRE FILHO, 2007, p. 55, *grifo do autor*).<sup>4</sup> O que poderia ser visto como paradoxo (a indicação de que no exato instante em que se coloca em cena o jovem, como tal, não mais existe como atitude libertária, pois estaria subjugado ao poder da mercadoria/espetáculo), faz sentido quando pensamos na associação entre o espírito do tempo moderno e a atitude renovadora da juventude. Para Debord, quando o jovem protagoniza, de fato, sua história, a modernidade revolucionária estava sucumbida pela mídia mercadológica.

<sup>4</sup> Diz Debord: “(...) a juventude, a mudança do que existe, não é de modo nenhum propriedade destes homens, que são agora jovens, mas do sistema econômico, o dinamismo do capitalismo. São as coisas que reinam e que são jovens; que se deitam fora e se substituem a si próprias”. (Cf. tese 62, disponível em [http://www.arq.ufsc.br/estetica-daarquitectura/debord\\_sociedade\\_do\\_espetaculo.pdf](http://www.arq.ufsc.br/estetica-daarquitectura/debord_sociedade_do_espetaculo.pdf)).

Na verdade, tal qual a burguesia em seu processo de afirmação histórica, os jovens da segunda metade do século XX se defrontam com encruzilhada de difícil solução. Por um lado, precisam lutar contra as instituições que, historicamente, os anularam como sujeitos sociais. Mas, nessa luta, precisam dispor de recursos muitas vezes conservadores, como os valores da cultura hegemônica midiática e os bens de consumo de um sistema capitalista profundamente aprisionador, mas que configuram sistemas de capital importantes na disputa simbólica por representação e visibilidade, como falamos acima.

Em seu estudo sobre o hip-hop entre jovens do Rio de Janeiro, Jacimar Silva Gomes (GOMES, 2009) propõe leitura mais generosa sobre esse dilema, indicando a necessidade de resistir e de re-existir por parte dos jovens (no caso específico a que ela se refere, isso se dá de forma mais acentuada porque estamos lidando com jovens de periferia, com pouco capital econômico para criar margens de manobra para projetos de resistência a longo prazo). Acreditamos que esse seja um caminho interessante a percorrer na nossa discussão. Neste sentido, também seguem os muitos estudos de João Freire Filho, já citado acima, dentre outros.

Se, como frisamos previamente neste artigo, a construção de estilos de vida como forma de marcação identitária, mesmo não sendo característica peculiar da modernidade ocidental, alastra-se consideravelmente neste período histórico, frente às possibilidades de autonomização dos sujeitos de suas funções sociais, permitindo maior flexibilidade em termos de composição dos papéis sociais desempenhados no cotidiano, os jovens são claramente herdeiros dessa dinâmica. E talvez os atores que melhor desfrutarão do potencial de metamorfose dessa concepção moderna, nesse caso beneficiados pela sua própria etapa transacional em termos etários (ou seja, em um período de diversas indefinições, torna-se mais propício arriscar formatos identitários ou transitar entre estilos de vida diferentes, antes de buscar definições mais sólidas).

Mais ainda: se a construção dos estilos de vida, na época moderna, se valerá claramente – parte fundamental para sua afirmação como estratégia de flexibilização identitária e qualificação individual – dos

recursos dispostos pela cultura midiática e pela ampliação da oferta e pelo acesso aos bens de consumo, esse processo atingirá sua maturidade exatamente a partir de meados do século XX, quando os jovens, como sujeitos plenos, entram definitivamente em cena. Os processos não se dão nem por coincidência, nem em separado. São parte de uma mesma configuração histórica.

Talvez os jovens, mais do que outros sujeitos sociais, tenham explorado a capacidade dos bens produzirem sentido e, dessa forma, construído representações acerca de suas identidades utilizando os recursos simbólicos da cultura do consumo. Mas isso não é característico somente desses sujeitos sociais. Estamos imersos – e em contexto globalizado é ainda mais adensado – em uma cultura de turboconsumo, como adverte Gilles Lipovetsky (LIPOVETSKY, 2007), em que a própria concepção metafísica do ser parece atravessada pelas lógicas do ter e do parecer (este, na concepção de Debord, na sociedade do espetáculo contemporânea teria substituído o segundo, que, por sua vez, na sociedade industrial massiva, teria tomado o lugar do primeiro). Colin Campbell (BARBOSA e CAMPBELL, 2006) argumenta que o discurso falacioso de que a metafísica contemporânea se dá pelo consumo (“consumo, logo existo”) acabou se transformando em senso comum e se tornou referência absoluta, mesmo sendo construção histórica e cultural. A esfera do consumo é hoje central no cotidiano do mundo globalizado, não só para os jovens, mas para os sujeitos contemporâneos de forma geral, ainda que caiba àqueles lugar privilegiado no processo cultural.

No contexto das últimas décadas, em que a profusão de signos consumíveis aumentou vertiginosamente, assim como as possibilidades de acesso a eles, as condições para os processos de construção e mesmo invenção de si também se complexificaram e se tornaram mais fluidas. A disponibilidade e variedade de bens passíveis de significação, e a velocidade com que são produzidos, consumidos e descartados, em um movimento quase ininterrupto, permitem que os indivíduos joguem mais com essas formas de capital, até mesmo abrindo mão de sua capacidade de produzir sentido com eles. Isso se dá dentro de uma

lógica de bricolagens e amálgamas de signos por vezes descolados de qualquer sistema público de significação (o que, por vezes, resulta em enorme dificuldade interpretativa do senso comum, atravessado cotidianamente por diversas quebras de paradigmas e sistemas narrativos tradicionais).<sup>5</sup> Novamente, talvez tenha sido o jovem, como ator social ainda não tão amarrado a estruturas e convenções, que melhor pôde fazer uso dessas possibilidades de construir e inventar subjetividades a partir dos bens de consumo. Mas, também novamente, isso é uma das mais fortes marcas da cultura global contemporânea, não se restringindo a nenhum segmento em especial.

Mais ainda, Lipovetsky considera que na sociedade contemporânea do hiperconsumo o estilo de vida associado à juventude (aquele do espírito do tempo moderno, mas principalmente os múltiplos formatos que assumem os jovens no pós-50) – contestação, vontade de experimentar, movimento, velocidade, renovação, capacidade de reinventar-se, fluidez, impermanência, bricolagens, hedonismo, consumismo, *carpe diem* etc. – acabou se convertendo no símbolo-mor dessa cultura de consumo turbinada. E, conseqüentemente, passou a constituir o paradigma hegemônico acerca da melhor forma de viver e se inserir na nova ordem, se tornando topos de desejo de todos os segmentos sociais, evidentemente que de forma genérica e com as exceções possíveis. Ou seja, os valores associados ao estilo de vida jovem – catapultados na modernidade do século XIX como espírito do tempo – passam a ser consumidos como meta e desejo por diversos atores sociais, incluindo adultos e idosos, para quem o discurso midiático tende a incentivar e a cobrar a eterna juventude, no que é auxiliado por um arsenal da cultura do consumo voltada para esta questão, incluindo o setor de vestuário, prática esportiva, cuidados com a saúde, técnicas de embelezamento e intervenção no corpo, celebração do hedonismo etc.

Algumas cobranças colocadas sobre os jovens contemporâneos – de que seriam alienados, consumistas, pouco conscientes, despolitizados,

<sup>5</sup> Algumas discussões deste capítulo resultam de conversas profícuas com o psicólogo Lucio Hillen Ávila, meu terapeuta, que tem grande vivência e sensibilidade para o tema da juventude, a quem agradeço imensamente.

preocupados somente com o prazer, com dificuldades de se estabelecer, pouco afeitos ao compromisso, sendo voláteis e pouco estáveis, dentre outras – deveriam, caso de fato tenham que ser feitas, ser dirigidas à cultura contemporânea globalizada, de forma geral. Pois como sujeitos sociais objetivados em sua faixa etária, os jovens (em si, no plural, já uma categoria problemática, visto sua enorme diversidade nos mais diversos sentidos) são talvez a parte mais visível, até mesmo por sua necessidade de publicizar seu estilo de vida em sua luta por reconhecimento, voz, visibilidade e representação, do longo processo histórico que caracterizou a formação da modernidade ocidental.

Assim, quando Edgar Morin (1967) afirma, em seu texto de 1967, que a construção de uma pedocratização estava relacionada à perda do poder paterno, ele chegava à conclusão de que a juventude, como faixa etária e segmento, tenderia a se alinhar mais por valores geracionais do que por distinções e pertencimentos em torno da luta de classes. Se o argumento de Morin faz sentido – e a nosso ver sim –, perguntamos: se como afirma Lipovetsky a juventude é a palavra e a ideia-chave da cultura do turboconsumo contemporâneo, tendo se alastrado como estilo de vida hegemônico para os demais segmentos sociais, podemos entender que os sujeitos contemporâneos, de forma geral, como “jovens” no estilo de vida, também tendem a se afastar das lutas de classe para uma postura de alinhamento de valores em torno desse estilo?

Não nos causa surpresa que, em pesquisa recente que realizamos entre jovens de baixa renda da Baixada Fluminense, região metropolitana do Rio de Janeiro, quando perguntados acerca de seu maior sonho em termos de consumo, muitos – quase todos – responderam que gostariam de ter um “mp3” ou um “all star”, mesmo quando vivendo, cotidianamente, situações de muitas dificuldades financeiras e dentro de um quadro desalentador em termos de perspectivas futuras (dificuldades na escolaridade, problemas familiares, condições de vida precárias, ausência de empregos etc.). Da mesma forma, em muitos de nossos contatos no decorrer do trabalho de campo, nos deparamos com militantes do hip-hop, com postura sensivelmente crítica ao sistema econômico e po-

lítico vigente, propondo atitudes de ruptura, vestindo roupas de marcas famosas e caras, muitas pirateados, mas algumas outras originais, o que implica gastos de consumo claramente superiores às possibilidades racionais dos entrevistados.

O que alinha esses exemplos acima é a necessidade de inserção na ordem da cultura do consumo, mesmo quando vivenciando situações de exclusão ou assumindo postura crítica frente à sociedade que celebra esses valores. Na verdade, é possível perceber, nessas práticas de consumo, um *continuum* com outros jovens, de classes e condições sociais diferentes, em torno de construções de si orientadas pelo universo do consumo. Mas também é possível perceber que esse jogo não se dá sem idiossincrasias e mediações. E a roupa de marca consagrada pode ser subvertida ao ser usada com acessórios que subvertam seu sentido, como a camiseta debochada, a gestualidade agressiva de determinados movimentos culturais, a carnavalização simbólica dos signos acessados, dentre outras táticas. Resistir não necessariamente se associa a uma postura de ruptura radical, mas a complexo processo de re-existência, que, como em todas as formas de cultura, implica um misto de “conter e resistir”, como fala Stuart Hall (2003), de um sinuoso jogo entre sedução e negação, como nos lembra Jesús Martín-Barbero (1997). Para exemplificar, uma ilustração complexa: a do menino que, disciplinado em instituição de confinamento, impedido de acessar bens materiais de consumo, expressa sua vontade de partilhar de uma ordem cultural que extrapola os muros institucionais raspando a cabeça e desenhando, com o corte, o símbolo da Nike (ABDALLA, 2003). Submissão à sociedade de controle? Expressão de subjetividade? Alienação? Exercício pleno de autorrepresentação? São muitas as formas de interpretação, mas, inegavelmente, estamos diante de fenômeno complexo, para o qual, provavelmente, os velhos paradigmas interpretativos não funcionarão mais.

Nunca foi exatamente fácil ser “um jovem”. Mas a geração atual, dos anos 2000, carrega alguns fardos bem dolorosos, embora seja, talvez, a mais livre, em termos genéricos, para experimentações e possibilidades de representação. Para eles, os jovens, foram criadas inúmeras políticas

D O S S I E

públicas. A maior parte dos editais no campo da cultura e das intervenções está voltada para eles. São tema de programas televisivos, debates, entrevistas. Fala-se muito deles e, proporcionalmente, nunca foram tão ouvidos, tão visíveis, tão representados. Suas possibilidades de construção e invenção de si se ampliaram consideravelmente. O acesso aos bens de consumo, ferramentas fundamentais nos processos acima descritos, também se ampliou (mesmo que ainda fortemente marcadas pelas interdições econômicas, são muitas as maneiras de apropriação de tais bens). Mais ainda: seu estilo de vida, tantas vezes recriminado, marcado pela mobilidade, pela transformação, pelo inconformismo, pelo apelo hedonista, pelo descompromisso, pelo presentismo, dentre outras características, se propagou para toda a sociedade contemporânea consumidora. De certa forma, “todos” querem ser jovens, ao menos como slogan publicitário.

No entanto, os signos da angústia estão no ar. A experiência docente e de pesquisa tem revelado, não só a mim, mas a muitos que trabalham com juventude, que os valores associados ao estilo de vida jovem têm custos – e não só para os próprios, evidentemente. Mas concomitantemente aos ganhos acima listados, é possível perceber as perdas. A escola não consegue, de forma geral, contato com esses meninos e meninas, muitas vezes desprezando seus principais capitais expressivos, em especial a oralidade, a linguagem publicitária, a música. As dificuldades de inserção no mundo profissional, com a crise da empregabilidade, aumentam a moratória social (no caso dos filhos da classe média) e condenam ao desemprego e ao trampo ocasional os jovens das classes subalternas economicamente. A cultura do consumo, ao mesmo tempo em que fornece instrumentos para a construção de si, impõe limites, gera estigmas, provoca a frustração. A diversidade de sistemas sónicos, presentes nas mais diversas formas de comunicação (em especial as digitais), ampliou possibilidades de contato, mas reduziu, de forma paradoxal, a primazia do sentido, se convertendo em um turbilhão de signos aleatórios, que muitas vezes se perdem e não permitem a construção de trajetórias (o twitter talvez seja exemplo eloquente) coerentes, por vezes desejadas.

E, principalmente, a eternização da juventude, como estilo de vida, faz com que a atual geração dos vinte anos se depare com o fenômeno social dos “pais jovens”. Isso, evidentemente, tem ganhos, mas, novamente, também tem custos. Proximidade e tolerância, de um lado. Perplexidade e inversão, de outro. Recentemente, em conversas com alunos, escutei frases do tipo: “estou preocupada com meu pai, ele está obcecado com malhar o corpo, passa quatro horas por dia na academia”, ou “minha mãe está muito pirada desde que começou a namorar mulher”. Obviamente, esses dados não estão aqui com nenhum sentido moral. São só constatação de uma nova ordem cultural, talvez mais complexa do que os paradigmas anteriores tenham lidado. Talvez o exemplo mais contundente seja o da aluna que, num sábado à noite, desabafou no seu perfil no Twitter: “esperando minha mãe ir pra balada pra eu poder estudar”. Maria Rita Kehl (2004) descreveu que os jovens das primeiras décadas do século XX procuravam, muito cedo, imitar o estilo de vida dos pais, o que fazia com que um rapaz de 25 anos, nos seus hábitos, modos de vestir e atitudes, se parecesse mais com seu pai de 45 anos do que com seu irmão de 18. Hoje, de forma genérica, percebemos que um jovem de 25 anos assiste, por vezes embevecido, por vezes estarecido, a uma enorme proximidade entre os hábitos, modos de vestir e atitudes de seu pai de 45 anos com seu irmão de 18. Como vemos, se alguns constrangimentos sociais foram encolhidos, outros surgiram ou se ampliaram. Todos esses dados ressaltam, a meu ver, um redesenho da complexidade intrínseca da vida moderna, e acredito que precisamos estar mais atentos a isso.

### **Considerações finais**

Tentamos demonstrar, nesse artigo, a paulatina transformação da categoria de juventude no processo histórico da modernidade ocidental e depois global. De um espírito do tempo moderno, a juventude se caracterizou em um estilo de vida da pós-modernidade, a partir da entrada em cena do jovem como sujeito objetivado, mas ampliando em muito essa

delimitação etária e se transformando em um novo espírito do tempo, no qual os valores da renovação permanecem em alta, mas acrescidos do hedonismo e da busca pela manutenção do tempo presente.

Talvez dos valores associados ao estilo de vida jovem, o da contestação tenha se constituído no mais ambíguo e escorregadio. No novo espírito do tempo, do turboconsumo pós-moderno, ele não aparece como categoria-chave, embora seja evidente o esforço coletivo de juvenilização. No entanto, como memória afetiva dos anos efervescentes das décadas de 50 e 60 do século passado, em especial a contracultura e Maio de 68, a contestação se transformou em símbolo do que, de certa forma, se espera do jovem: resistir, não sucumbir. Ao consumo, à política corrupta, ao capitalismo, à alienação, ao descaso com a educação, ao fim do emprego, às instituições hierárquicas, às drogas, à vida perdida, ao envelhecer etc. etc. Sem dúvida, um enorme peso a se carregar, sem que se pergunte, muitas vezes, aos jovens contemporâneos, se eles querem o fardo da história sobre os seus ombros (LIPOVETSKY, 2007).

Queria retomar a questão das múltiplas formas de resistência e re-existência dos jovens contemporâneos. Em nossas e inúmeras outras pesquisas etnográficas realizadas com movimentos de juventude atuais, percebemos muitas vezes formas diversas de resistência, que se não estão presas aos modelos de contestação dos anos 60, o fazem dentro de outros formatos, usando talvez menos o combate direto e mais os recursos discursivos, as paródias, a carnavalização, o humor (FREIRE FILHO e CABRAL, 2007), e as novas tecnologias de comunicação e informação, em especial a internet e o celular (ENNE, 2008), dentre outras estratégias e táticas. Por vezes, são necessárias negociações em vez de enfrentamento direto, algumas pequenas astúcias, no sentido citado por Certeau, para a obtenção do direito à expressão, à visibilidade, a uma existência dentro de campos de possibilidades em alguns níveis muito fechados. Para exemplificar, citamos a “malandragem” de membros de um dos pontos de cultura do Rio de Janeiro que, ao receberem os equipamentos, cansaram de solicitar aos técnicos do Ministério da Cultura que mandassem um representante para ensinar como manusear parte deles, em especial os de filmagem. Para forçar

a vinda do técnico, substituíram o sistema gratuito dos equipamentos de computação por sistemas operacionais piratas, e ligaram para o Ministério avisando. O órgão governamental, então, enviou um técnico para refazer a instalação original (a pirataria é ilegal), ocasião devidamente aproveitada pelos responsáveis pelo ponto de cultura para tirar todas as dúvidas sobre o funcionamento das demais máquinas.

Talvez a conclusão mais significativa acerca do que pretendemos indicar, em nosso último parágrafo, tenha vindo da observação de uma aluna durante debate, no curso de “Mídia e Juventude”, no segundo semestre de 2010 (ver nota 1), sobre o filme *Os sonhadores*, de Bernardo Bertolucci. Quando comparávamos a visão de Bertolucci sobre os jovens nos anos 60 e a postura dos jovens nos anos 2000 nos mais diversos movimentos de resistência, a partir do texto citado de João Freire Filho e Ana Julia Cabral, a aluna afirmou que também os enxergava, a esses últimos, como “sonhadores”: por não desistirem, acreditarem no sonho, mas também porque, como os jovens em cena nos anos 60, quebrando paradigmas, rompendo fronteiras, sonharam mesmo sem saber que parte de seus sonhos se realizaria e parte seria transformada no turboconsumo que citamos acima, também os jovens de hoje, desses confusos anos 2000, querem seu direito de continuar sonhando, buscando novos métodos e formas de resistir e re-existir, sem serem condenados, pelo fardo da história, a serem aqueles que não souberam honrar a herança de outros saudosos – para alguns – tempos.

## Referências

ABDALLA, J. *Prisão concreta, liberdade virtual: os atos comunicacionais dos adolescentes infratores*. Dissertação de Mestrado em Comunicação pelo PPGCOM/UFF. Niterói: UFF, 2003.

<sup>6</sup> Agradeço à aluna Natalia Medeiros, de Estudos de Mídia/UFF, por essa observação, e aos demais alunos da turma de “Mídia e Juventude”, em 2010/2, em muitos momentos coautores deste artigo.

- BAUDRILLARD, J. *A sociedade de consumo*. Rio de Janeiro: Elfos; Lisboa: Edições 70, 1995.
- BERMAN, M. *Tudo que é sólido desmancha no ar: a aventura da modernidade*. São Paulo: Companhia das Letras, 1986.
- BOURDIEU, P. *A distinção*. Crítica social do julgamento. São Paulo: Edusp, 2007.
- BARBOSA, L. e CAMPBELL, C. (orgs.). *Cultura, consumo e identidades*. Rio de Janeiro: FGV, 2006.
- CERTEAU, M. de. *A invenção do cotidiano*. Petrópolis: Vozes, 1998.
- DEBORD, G. *Sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contracampo, 1997.
- ELIAS, N. *O processo civilizador*. Vol. 1 e 2. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1993.
- ELIAS, N. *Os alemães: a luta pelo poder e a evolução do habitus nos séculos XIX e XX*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.
- ENNE, A. L. Práticas midiáticas e disputas por hegemonia: reflexões a partir de estudos de caso na Baixada Fluminense. In: COUTINHO, E. G. (Org.). *Comunicação e contra-hegemonia*. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 2008.
- FREIRE, J. *Reinvenções da resistência juvenil*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.
- FREIRE, F. J. e CABRAL, A. J. A resistência juvenil em tempos espetaculares: ecos e ensaios da contracultura no século XXI. In: ALMEIDA, M. I. M. de NAVES, S. C. (Orgs.). In: *Por que não? Rupturas e continuidades da contracultura*. Rio de Janeiro: 7 Letras, 2007.
- GOFFMAN, E. *A representação do eu na vida cotidiana*. Petrópolis: Vozes, 2005.
- GOMES, J. S. *Paixão em estado bruto. Movimento hip-hop: palco e projeto de uma juventude*. Dissertação de Mestrado em Comunicação pelo PPGCOM/UFF. Niterói: UFF, 2009. Disponível em: [http://www.bdtd.ndc.uff.br/tde\\_busca/arquivo.php?codArquivo=3728](http://www.bdtd.ndc.uff.br/tde_busca/arquivo.php?codArquivo=3728)
- GUATTARI, F. *Caosmose: um novo paradigma estético*. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1992.
- HALL, S. *Da diáspora: identidades e mediações culturais*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003.
- HOBSBAWM, E. *Era dos extremos: o breve século XX—1914—1991*. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.
- KEHL, M. R. A juventude como sintoma da cultura. In: NOVAES, R. e VANNUCHI, P. (Orgs.). *Juventude e sociedade. Trabalho, educação, cultura e participação*. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2004.
- KOSELLECK, R. *Futuro passado: contribuição à semântica dos tempos históricos*. Rio de Janeiro: Contraponto, Editora PUC–Rio, 2006.

- LIPOVETSKY, G. *A felicidade paradoxal. Ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo*. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.
- MARTÍN-BARBERO, J. *Dos meios às mediações. Comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 1997.
- MORIN, E. *Cultura de massas do século XX: o espírito do tempo*. Vols. 1 e 2. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1987.
- SIMMEL, G. *On individuality and social forms*. Chicago: The University of Chicago Press, 1971.
- TREVISAN, C. *Os chineses*. São Paulo: Contexto, 2009.
- VELHO, G. *Individualismo e cultura*. Rio de Janeiro: Zahar, 1981.
- VELHO, G. *Projeto e metamorfose: antropologia das sociedades complexas*. Rio de Janeiro: Zahar, 1994.
- WEBER, M. *Economia e sociedade*. Vol. 1 e 2. Brasília: UNB, 2000.