

3 Sobre jovens, representações e visibilidade

Após algumas trocas de e-mail, consegui agendar uma entrevista com Mwende. Ela é uma das idealizadoras do Blog *Noirlinians* e também integrante do *Team SNO*, que promove as apresentações do Noyom. Cheguei até ela após conversar com Emma, colega das aulas de inglês na Tulane. Mas outras pessoas também já tinham indicado seu nome. Em nossos primeiros contatos “virtuais”, Mwende foi sempre rápida nas respostas. No máximo, me retornando de um dia para o outro. Chamou minha atenção uma das mensagens na qual ela disse estar confusa quanto a meus objetivos e pedido para encontrá-la pessoalmente. Afinal, se meu interesse são jovens, ela não entendia por que eu queria falar com ela, que já tem 24 anos... Confesso que achei inabitual ela não se reconhecer “jovem” (em tempos que todas as gerações na “juventude” parecem estar...). Respondi explicando que ela se encaixava no perfil que eu buscava na pesquisa e agendamos o encontro para o horário de almoço desta quinta-feira.⁷³

Em sua peculiaridade, o relato que abre este capítulo aguçou reflexões atinentes à nossa investigação: pensar o que é “juventude” e o que faz um sujeito se reconhecer “jovem” ou não. Mais tarde, no caso específico de Mwende, aprendemos porque ela se identifica “adulta”, para além da fase “jovem” da vida. Por seu comprometimento social e responsabilidade assumidos em diferentes frentes como mulher africana residente nos Estados Unidos, ativista, poeta, entre outras, Mwende já teria acumulado experiências e vivências que a fazem recusar um pretense “*ethos*” de maturidade biológica e imaturidade social que pode ser generalizadamente associado à ideia de juventude.

Ora, no Rio de Janeiro, entre os participantes de até 26, 28 anos, não encontrei resistência ou oposição ao fato de se assumirem “jovens”. Ao contrário, seria este um *status* associado a um “estado de espírito”, “modo de ser”, “jeito de vestir e portar-se”, uma “maneira de encarar a vida”, como apontaram alguns indivíduos no campo. Isso revela que tal concepção está longe de ser uniforme, não é fixa, mas volátil, dependente de fatores que podem ser relativizados, somados ou excluídos, conforme o contexto e o próprio desejo dos sujeitos envolvidos. E é por esta via que propomos pensar juventude, ou juventudes, nesta pesquisa: como construção histórica, social, cultural (GROPPO, 2000) e, concernente à nossa área de exploração, também midiática.

Como analisaram Everardo Rocha e Cláudia Pereira (2009, p.16), não é

⁷³ Nota registrada no dia 19 de novembro de 2015. Nova Orleans, EUA.

por acaso que “a mídia destaca o papel do adolescente e do jovem em nossa sociedade, demonstrando sua força como mediador de inovações tecnológicas e de modos de consumo dentro da família”, de forma que é cada vez mais imperativo analisar as juventudes como “parte dos estudos de comunicação e como parte do conhecimento de nossa sociedade, já que, nela, ser jovem, no real ou no imaginário, desempenha um papel crucial como uma representação desejada e incentivada”, ainda que tenhamos sentimentos como o de Mwendé.

No tocante à ideia de juventude como representação, faremos a transição para debatermos, também neste capítulo, esquemas presentes no campo das interações humanas para produzir familiaridade. Deter-nos-emos em avaliar meios de associações com as quais as pessoas se ligam umas às outras. Tal exposição será o caminho que nos conduzirá à argumentação última – porém, não menos importante – objetivo também desta seção: sobre visibilidade.

A seguir, com base em algumas observações em campo e aporte teórico relacionado, buscamos alinhar ideias sobre juventudes, representações – sociais e midiáticas – e visibilidade, considerando que este é o tripé central à nossa investigação e do qual se desdobrarão outros tópicos nos capítulos posteriores.

3.1 Construindo juventudes

Numerosos são os estudiosos que se dedicam, em diferentes campos do conhecimento, a compreender e definir os membros integrantes desta categoria etária, bem como nomeá-la, muitas vezes referindo-se a um tipo de transformação vivida pelos indivíduos nesta fase da vida. Assim, *puberdade* será o termo empregado pelas Ciências Médicas a fim de delimitar a etapa de mudanças no corpo sofridas pelos sujeitos; *adolescência* virá atender aos questionamentos da Psicologia, da Psicanálise e da Pedagogia para se referirem às alterações na personalidade ou comportamento; e a Sociologia se concentrará em utilizar *juventude* para indicar o período de transição entre a infância e as funções sociais do homem e da mulher adulta.

Se pautássemos este estudo simplesmente por uma classificação de idade, poderíamos considerar o recorte de 15 a 24 anos, conforme formulação da Organização Mundial da Saúde (OMS). Por esta demarcação, cerca de 1,2 bilhão

de pessoas, a maioria vivendo em países em desenvolvimento, são jovens⁷⁴. Em outra abordagem, seria possível cogitar os sujeitos de 18 a 34 anos, como delinear o levantamento⁷⁵ realizado pelo Núcleo de Tendências e Pesquisa do Espaço Experiência da PUC – Rio Grande do Sul, em análise das aspirações dos jovens brasileiros sobre o conceito de família. Para o relatório *Juventude Levada em Conta*⁷⁶ (2013), do Governo Federal, a população jovem está compreendida na faixa entre 15 e 29 anos, representando cerca de 26% dos brasileiros.

É fato que os participantes de nossa pesquisa, tanto no Brasil quanto nos Estados Unidos, estão inseridos em uma faixa etária – de 13 a 35 anos – cuja presença era marcante entre as práticas de comunicação eleitas para observação, com concentração maior até os 29 anos⁷⁷. Porém, como já prenunciamos, nosso objetivo aqui é pensar juventude como construção, para além da idade dos indivíduos apenas, mas também ponderando valores, atividades, comportamentos e motivações comuns, considerando, certamente, os sujeitos do campo.

De antemão, relacionamos capacidades típicas de conectividade, de aproximação e afastamento como elementos comuns observados em contextos juvenis e citados por investigadores de juventude. A caracterização de um lugar intermediário, de transição entre infância e a rotina adulta, paralelamente à fase de composição de fortes laços de amizade e afinidade também são atributos partilhados por teóricos e por indivíduos ditos “jovens” ao buscarem uma descrição para juventude. Com efeito, os encontros de passistas no Rio ou entre adolescentes poetas em Nola por nós observados eram sempre envoltos por promessas de companheirismo, estima e euforia, interações marcadas por tratamentos afetuosos e de proximidade, o que não excluía situações de rivalidade e disputa, como nas provocações durante as batalhas de dança. Todavia, afora vínculos de afeto e / ou estranhamento, o que mais encontramos sobre juventude enquanto grupo estabelecido em um contexto sociocultural? Visitemos a literatura:

Percebida como categoria a partir do século XIX, a noção de juventude como período específico da vida foi alargada a partir da Primeira Guerra Mundial.

⁷⁴ Cf. *A juventude brasileira no contexto atual e em cenário futuro* (2010), disponível em: http://www.unfpa.org.br/Arquivos/livro_juventude.pdf. Acesso em 09/01/2017

⁷⁵ Cf. *Projeto 18/34: Ideias e Aspirações do Jovem Brasileiro sobre Conceitos de Família*. Disponível em: <http://estaticog1.globo.com/2015/10/30/Apresentacao-Pesquisa-Familia-EE-2015.pdf>. Acesso em 09/01/2017

⁷⁶ Disponível em: <http://www.sae.gov.br/site/?p=19299> Acesso em 29/11/2013

⁷⁷ Ao delimitar os sujeitos do campo por suas práticas de comunicação (Dança do passinho, Noyom e *Noirlinians*), acabamos por encontrar indivíduos em um recorte etário muito próximo do que se convencionou chamar de “jovem”, “juventude”, conforme indicadores dos três estudos citados.

“Daí em diante, a adolescência se expandiria, empurrando a infância para trás e a maturidade para a frente”, segundo Philip Ariès (1981, p.46). Ao analisar a arregimentação de jovens em movimentos totalitários pós-conflito internacional, Luisa Passerini (1996) busca entender o lugar conferido a estes sujeitos em suas sociedades, em seu tempo e contexto e, assim, acaba por entrever o ser jovem como sujeito simbólico, de forma a fortalecer a construção de um mito da juventude em um determinado momento político na Europa.

O discurso sobre o jovem “foi caracterizado principalmente pela ênfase no gênero masculino e nas classes médias, não porque tomasse como objeto só aqueles jovens, mas por adotar sua imagem como modelo privilegiado”, Passerini (1996, p. 320) analisa. Evocando a figura do jovem na política e suas representações no cinema à época delimitada para seu estudo, a autora apontará o caráter metafórico da concepção de juventude:

Existe uma ideia de jovem comum a tais representações que vão sendo sobredeterminadas, enquanto reúne em si os problemas e as preocupações da sociedade em seu conjunto. O jovem como conceito simbólico revela-se o concentrado das angústias da sociedade (...), mas torna-se também o modelo do futuro, portanto, ameaça e esperança (PASSERINI, 1996, p. 351).

Identificamos nas considerações de Passerini a recorrência da percepção de juventude como construção histórica, social e cultural ao longo do tempo, conforme apresentada por Luís Antônio Groppo (2000). A juventude é, segundo o cientista social, uma

concepção, representação ou criação simbólica, fabricada pelos grupos sociais ou pelos próprios indivíduos tidos como jovens, para significar uma série de comportamentos e atitudes a eles atribuídos. Ao mesmo tempo, é uma situação vivida em comum por certos indivíduos (GROPPO, 2000, p. 8).

A explanação de Groppo vai ao encontro da formulação de três participantes de nosso campo quando questionados sobre o que é juventude. Suas respostas realçam o esforço em dar significado a um “estado de espírito” que seria característico desta fase da vida – representação criada pelos próprios indivíduos ditos/assumidos jovens, como menciona o sociólogo. O caráter de transição e a postura assumida pelos sujeitos diante de situações cotidianas também seriam indicadores de juventude. Eles afirmam: “Juventude pra mim é mudança de

estágio, de ciclo, de estado de espírito. Eu me defino como jovem, sim” (Ronaldo, 22 anos). “É um estado de espírito no qual nos permite ser tranquilo, em busca do novo. Juventude é isso” (Thiago, 28 anos). E ainda:

Eu não acho que a juventude tem a ver com a idade. Acho que a juventude tem a ver com a maneira que você encara a vida, que você leva a vida. Eu levo a vida como jovem. Eu nunca envelheço espiritualmente. Me acho jovem, sim. Conheço pessoas que são mais novas que eu e são muito mais velhas espiritualmente. Depende muito da pessoa, de cada maneira de ver a vida. Tem pessoas que veem a vida de forma diferente. Claro que hoje eu tenho responsabilidades, mas eu não deixo que estas responsabilidades, estas ocupações, estes estresses sejam o principal motivo da minha existência na Terra (Cebolinha, 26 anos).

Interessante realçar a qualidade de “leveza” presente na ideia de juventude apresentada por estes participantes, característica que permitiria “ser tranquilo” mesmo com “responsabilidades”, “ocupações”, “estresses”. Deveras, a fase intermediária entre a infância e a vida adulta corresponde a assumir obrigações e compromissos para muitos jovens, talvez mais para uns do que para outros. Os favelados no Brasil, em geral, têm cedo o dever de trabalhar, seja para manter-se individualmente, seja para ajudar com as despesas da própria família. Muitas vezes sem oportunidades de atividade formal⁷⁸, a criatividade entra em cena para garantir o sustento. O passista Cebolinha cuida da filha de quatro anos e contou-nos que, atualmente, consegue “viver da dança”, “sugando” o instrumento que tem em mãos para isso: seu corpo jovem.

Hoje eu ganho dinheiro pra só ir em evento e não fazer nada. Vou lá, tiro foto... O passinho me proporcionou isso. O passinho mudou minha vida em questão disso. O funkeiro hoje consegue viver de funk graças ao passinho. (...) Consigo hoje viver da dança, graças a Deus. Eu tô num momento da minha vida que eu tô sugando tudo que meu corpo pode me dar da dança. Tudo, tudo, tudo. E, quando ele não puder mais me dar o que eu quero como dançarino, pretendo fazer a faculdade de Educação Física pra também trabalhar com dança.

Raay, depois de ser campeã em um concurso de passinho, revelou-nos que precisou reduzir a rotina de prática da dança em função do trabalho. Compromisso assumido para cooperar com a mãe e os cinco irmãos mais novos, com quem mora.

⁷⁸ Segundo estudo do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea), os jovens brasileiros na faixa etária de 14 a 24 anos foram os mais afetados pelo desemprego de janeiro e março de 2016 (26,36%). Cf.: <http://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2016-06/flash-jovens-sao-mais-afetados-pelo-desemprego> Acesso em dezembro de 2016.

Eu tô parada um pouco porque eu tô trabalhando um dia sim e outro não. Mas dia de domingo eu vou, treino um pouco com meu irmão. Meu irmão também dança muito e me ensina alguma coisa... (Raay, 18 anos).

Na perspectiva e vivência da ativista Mwende, em Nova Orleans, o compromisso a ser assumido nesta fase da vida deve ser, também, com a comunidade, pela ótica da reciprocidade (MAUSS, 2003). Ao justificar o investimento de sua juventude em distintas ações populares, principalmente com a população preta, ela enfatiza:

Eu sou o tempo que outras pessoas investiram em mim. Eu sou o que as pessoas fizeram por mim e o que elas dedicaram a mim. Eu sou o que sou agora, com 24 anos de idade, porque, quando eu tinha 17 anos, muitas pessoas gastaram seu tempo comigo, investindo seus esforços. (...) Eu tenho que perceber isso. O que eu sou é por causa da minha comunidade. Eu tenho a responsabilidade de fazer para as outras pessoas o que foi feito por mim. (...) Tenho essa responsabilidade especialmente porque estou em uma comunidade de negros que são subservidos e estigmatizados (Mwende, 24 anos).

O ponto de vista da cofundadora do *Noirlinians* afina-se com os projetos realizados por Thiago, com a Expo Passinho Carioca, e por Ronaldo e Lucas, com o Favela em Dança, todos no Rio de Janeiro. Os três também justificam suas iniciativas culturais e sociais em favelas cariocas como sinal do comprometimento com a realidade onde vivem. Suas atitudes empreendedoras seriam comportamentos indicativos de criatividade e potencialidade próprias da juventude, principalmente daquelas em contextos de exclusão. Sobre isso, a afirmação de Lucas Santos é eloquente:

Um dos valores do Favela em Dança é reafirmar a favela como produtora de cultura. Então a gente quer ressignificar: favela produz conteúdo, sim! A gente produz cultura lá em cima e muito mais que na cidade. As coisas na favela acontecem com muito mais veracidade, com mais velocidade do que acontece na cidade. O cara na favela simplesmente faz. O cara é produtor dentro de casa, desde o MC no funk ao cara do passinho, eles fazem as coisas acontecerem na laje, no quintal. E o cara na cidade não. Ele tem que procurar, enfim, ele tem que fazer toda uma organização pra fazer uma coisa simples acontecer. O cara na favela é produtor de guerrilha desde novo, desde moleque. Ele cria suas próprias brincadeiras, tudo isso acontece dentro da favela e pouca gente vê. (...)

Ao descrever e analisar os processos mais gerais de construção das juventudes modernas, Groppo (2000) busca um paradigma que apresente uma direção para os diferentes e também complementares projetos de constituição dos

grupos juvenis na modernidade. De acordo com o autor, a importância de investigar a juventude reside na possibilidade de, ao compreender este grupo, entender também as características diversas das sociedades modernas, seu funcionamento e transformações. Isso porque o estudioso entende que acompanhar as mudanças dos significados e vivências sociais da juventude é um recurso iluminador para a compreensão das metamorfoses da própria modernidade, como questões de lazer, consumo, arte e cultura. A modernidade, para Groppo (2000, p.12), é “o processo histórico-social de construção das juventudes como hoje as conhecemos”.

É ímpar compreender, conforme alerta o estudioso, que de cada recorte sociocultural saltam também recortes de jovens com características, símbolos, práticas, subculturas e sentimentos próprios, podendo reinterpretar-se à sua maneira, contrastando-se com mais novos, mais velhos e com outros jovens. É por este aspecto que afirmamos estar lidando com juventudes, com *s* ao final da palavra, e não com uma massa uniforme. Observar práticas de comunicação entre sujeitos juvenis no Brasil e nos Estados Unidos só fez validar tal proposição. Mesmo identificando semelhanças em alguns princípios compartilhados e pontos de vista congruentes lá e cá, há traços que vão distinguir estes indivíduos. A diferenciação que sugerimos reporta-se não apenas a pensar jovens favelados do Brasil *versus* jovens “pretos” de Nova Orleans, mas as inúmeras juventudes dentro de um mesmo contexto de favela, por exemplo. Para ilustrar:

Cheguei ao Cantagalo no fim da tarde. Fui direto para a pousada, dentro da favela. Minha primeira vez neste lugar. Fui seguindo as orientações que Ronaldo me passou. Ele disse que era seguro. Sugeriu que eu subisse o morro de moto. Mas fui de carro até um ponto possível (carona bem-vinda dada pela minha orientadora) e, depois, a pé. Era fim de tarde e ainda estava claro, felizmente. Passei por um escadão. De cada lado da subida, construções no tijolo, sem acabamento, espremidas, alongadas, apinhadas. Poucas pessoas no caminho. Algumas crianças. Cheguei à pousada, bem simples, acolhedora. A dona, Lígia, me recebeu com um largo sorriso. Ela mora no Cantagalo e tem entre os funcionários membros da própria família: um irmão e uma sobrinha dela se revezam na recepção. (...)

Cansada, decidi não ir ao Brizolão⁷⁹. A noite já havia caído, eu estava faminta e sem companhia para andar pela favela. Fiquei na pousada conversando com a sobrinha de Lígia e, depois, com seu irmão, que assumiu o “plantão” na recepção.

⁷⁹ Edifício João Goulart, conhecido como “Brizolão” (por ter sido construído no governo de Leonel Brizola, como parte de um projeto que visava oferecer ensino público em tempo integral a estudantes da rede estadual), localizado na Favela Cantagalo. No prédio, atualmente, são realizadas atividades sociais, como as do Projeto Criança Esperança, da Rede Globo.

Foi ele quem me levou para comprar um lanche num boteco na ruela de cima. O local tinha uma portinhola de onde mal se via o dono do estabelecimento, por conta das mercadorias penduradas no teto e outras no chão que impediam, inclusive, a entrada do freguês. Mas o atendimento era ali mesmo, da rua. Meu “guia” gritou pedindo um sanduíche “completão” e, até ficar pronto, caminhou comigo por mais alguns metros a fim de apresentar outros lugares que poderiam ser úteis enquanto eu estivesse no Cantagalo: uma pizzaria na entrada de um escadão, a padaria da esquina, o mercadinho depois da curva... No caminho, percebi um número grande de pessoas nas ruas: adultos, crianças, adolescentes... Muitos em pé aglomerados em esquinas, outros conversando sentados em bancos improvisados, em duplas passando de moto, alguns ouvindo funk, disputando o volume com a turma do pagode. Poderiam se conhecer, mas pareciam fazer parte de grupos diferentes. Vendo aquela diversidade de jovens na rua, pensei naqueles outros do Favela em Dança que ainda estavam reunidos no Brizolão, produzindo arte... Todos sujeitos de um mesmo território, mas com interesses e práticas tão plurais. Neste *tour* para comprar meu sanduíche, saltou aos olhos a heterogeneidade de juventudes dentro da própria favela. Jovem favelado não é tudo igual, mesmo.⁸⁰

Esta situação vivenciada na Favela Cantagalo exemplifica a afirmação que fazíamos anteriormente: mesmo em um recorte territorial, neste caso, é relevante pesar as distintas reinterpretações e apresentações de si feitas pelos próprios sujeitos juvenis, dando origem às – talvez até – contrastantes juventudes que equivocadamente poderiam ser tomadas como massa homogênea. Entre os favelados participantes desta pesquisa, conhecemos também variada perspectiva no que tange à formação/educação. Há desde menina expulsa da escola (mas com a expectativa de retomar os estudos) a garotos cursando o Ensino Superior. Este prisma faz-se significativo a esta observação quando remontamos a concepções generalizadoras e que, incorretamente, podem taxar as juventudes faveladas como sujeitos sem – interesse, acesso à – educação formal, por exemplo, em uma remodelação de um dado estigma de “carência”, “ausência”. Foi possível perceber em campo significativa variedade de perfis socioculturais, econômicos e referentes a engajamentos sociais e políticos, inclusive. Os participantes revelaram uma série de possibilidades, ainda que todos sejam tangenciados por características comuns que fazem parte da vivência semelhante por ocuparem um mesmo tipo de território geográfico. Assim, conforme Gilberto Velho (2006, p.192), “colocar juventude no plural expressa a posição de que é necessário qualificá-la, percebendo-a como uma categoria complexa e heterogênea, na busca de evitar simplificações e esquematismos”.

⁸⁰ Nota registrada no dia 18 de março de 2016. Rio de Janeiro, Brasil.

De volta a Groppo (2000), empreendemos também outras noções de juventude à medida que o autor apresenta as diferentes formas de tratamento das Ciências e olhar voltados a esta categoria ao longo de sua construção sociocultural. Assim, também seria possível, em uma vertente, conceber a juventude como um período de vigilância, disciplinarização e socialização do indivíduo entre sua infância e idade adulta, exigindo instituições específicas para tal – como as escolas e agências mantidas por adultos a fim de monitorar o jovem, marcando sua condição diferenciada e inferior, confinando-o em situação de vigilância e punição.

Seria também a juventude uma fase de busca e desenvolvimento de uma identidade particular, de uma individualidade, na qual os conflitos vividos seriam o estágio necessário para a evolução à maturidade. Neste aspecto, sobressai o questionamento sobre a origem da “crise”, inevitabilidade atribuída pelo discurso adulto e presumidamente experimentada pelos sujeitos na juventude: seria meramente causada por fatores internos do indivíduo ou teria também motivações externas, advindas de uma sociedade despreparada para receber e orientar estas pessoas? “Essas crises talvez sejam frequentes em nossa sociedade, (...) em que os adolescentes encontram muitos homens, mas poucos adultos dispostos a encontrá-los” (GROPPO, 2000, p.68).

Há ainda a perspectiva de jovem como agente revitalizador da modernidade, ou mesmo uma potencial força que pode ser canalizada para ações transformadoras ou conservadoras. Nesta concepção, particularmente, vislumbraríamos uma juventude como massa manipulável, na medida em que poderia ser utilizada, regrada, encaminhada para anseios e desejos de outras categorias sociais. Mas, também nos estudos de Groppo (2000), identificaremos uma perspectiva de juventude como grupo propulsor de hábitos de lazer e de consumo, tema e público consumidor da indústria cultural, assumindo, por esta via, a posição de agentes. Neste aspecto, destaca o autor:

Nas origens dos lazers modernos abriram-se possibilidades reais de autonomia, notavelmente entre certas categorias sociais (...). Dentre estas, a juventude foi a que mais apresentou potencialidades de autonomia, ao mesmo tempo que esteve à frente, na vanguarda, da criação da esfera do lazer moderno. (...) As juventudes tiveram grande participação nesse processo como agentes de criação e fomento dessa esfera – na arte-cultura (*jazz, rock and roll*), nos lazers de sociabilidade (bailes, festas, etc.), nos esportes, entre outros (GROPPO, 2000, p. 54-55).

A associação de juventude a hábitos de lazer e consumo talvez tenha sido um dos campos que mais cresceram e hoje são explorados, principalmente pela publicidade, identificando diversão com juvenildade e enfatizando características afinadas ao mercado consumidor, como interesse pela novidade, extravagância, irreverência, espontaneidade, ousadia, rebeldia, exclusividade e diferença.

Jon Savage (2009) explica a apropriação do *teenager* pelo marketing como estratégia que visava ao poder de consumo de adolescentes no contexto do fim da Segunda Guerra Mundial. O termo começou a ser usado em 1944 pelos americanos, segundo o autor. “O fato de que, pela primeira vez, os jovens se tornaram um público-alvo também significava que eles tinham se transformado num grupo etário específico com rituais, direitos e exigências próprios”, analisa Savage (2009, p. 11) em sua compilação homérica que não se diz acadêmica, mas que fornece importantes parâmetros para compreender os eventos, movimentos e comportamentos que antecederam o conceito de *teenage*, no período de 1875 a 1945, a partir da América, Grã-Bretanha, França e Alemanha.

Ao discorrer sobre a categoria “jovem”, Massimo Canevacci (1996) pontua que o *teenager* afirmou-se com prepotência na comunicação metropolitana e midiática do ocidente, particularmente, por meio de sua visibilidade musical e fílmica no contexto do conflituoso pós-guerra. O antropólogo italiano credita à escola, à mídia e à metrópole os eixos de sustentação da constituição moderna do jovem como categoria social:

A escola de massa separa um segmento interclassista da população da família e da produção; a mídia (discos, rádio, cinema) produz um novo tipo de sensibilidade e de sexualidade, modo e estilo de vida, valores e conflitos; a metrópole se difunde como cenário panorâmico repleto de signos e sonhos (mediascape). O cruzamento desordenado e intrigante desses três fatores constitui o terreno autônomo, inovador, conflituoso, no qual se constrói a categoria sociológica do “jovem”. Os jovens como faixa etária autônoma da modernidade nascem entre os fios que os ligam à escola de massa, à mídia, à metrópole (CANEVACCI, 1996, p.22-23).

Neste nexos, Canevacci insere a relação jovem x consumo: “o consumo juvenil adquire um papel central que se amplia concentricamente para toda a sociedade” (1996, p.23). Com o passar do tempo e a emergência de um cenário mundial caracterizado por culturas fragmentadas, híbridas e transculturais, “consumo panorâmico” e “comunicações mass-midiáticas”, os indivíduos testemunharam as categorias que até então fixavam faixas etárias virarem do

avesso, argumenta Canevacci. A percepção de juventude foi dilatada fazendo emergir o que o pesquisador nomeou como jovens intermináveis: “cada jovem, ou melhor, cada ser humano, cada indivíduo pode perceber sua própria condição de jovem como não terminada e inclusive como não terminável” (CANEVACCI, 1996, p.29). Seria esta a configuração dos adultos continuamente jovens.

Buscando respostas no campo da psicanálise e afinada a uma perspectiva de que não há idade para ser jovem, a concepção de Maria Rita Kehl (2005) dá conta de juventude como “um jeito de corpo, é um sinal de saúde e disposição, é um perfil do consumidor, uma fatia do mercado onde todos querem se incluir” (KEHL, 2005, p. 89-90). Ao problematizar o investimento crescente no jovem consumidor, Kehl denuncia que, na contemporaneidade, a necessidade de consumir surge a partir da demanda imaginária tão coercitiva quanto qualquer necessidade biológica, propiciando um contexto no qual “ser jovem virou *slogan*, virou clichê publicitário, virou imperativo categórico – condição para se pertencer a uma certa elite atualizada e vitoriosa. Ao mesmo tempo, a juventude se revela um poderosíssimo exército de consumidores” (KEHL, 2005, p. 92).

A publicidade, de maneira particular, recorreria ao imaginário “sem limites” da vida adolescente,

representado pela velocidade da moto, pela potência do aparelho de som, pela resistência do carro, pelo barato da cerveja, pelo corpo aeróbico e perfeito malhado nas academias e transformado em ícone sexual, objeto incontestado do desejo de jovens, velhos e crianças (KEHL, 2005, p. 100).

Tais construções almejadas de juventude teriam nos conteúdos midiáticos um meio de potente difusão. A esta abordagem, recordamos situações observadas no campo envolvendo jovens do passinho como protagonistas em campanhas publicitárias⁸¹. Isso despontou logo que a dança ganhou repercussão para além das favelas, passando a figurar em programas de TV aberta, documentários, publicações impressas e *on-line*, bem como os ensaios em lajes e as batalhas nos

⁸¹ Consideramos válido destacar que a participação de jovens negros/pardos representativos de sujeitos da periferia/favela em conteúdos publicitários passou a ter maior incidência em um período que o Brasil viu a pobreza declinar de forma acentuada, ao longo dos anos 2000 – 2010, principalmente. Tal ascensão na faixa de renda, associada a outros fatores, promoveu a entrada de milhares de famílias na chamada “nova classe média”. Segundo estudo organizado pela Secretaria de Assuntos Estratégicos da Presidência da República (SAE/PR), esta “nova classe C” era predominantemente jovem e composta por expressiva fatia de afrodescendentes. Não desejava o estilo de vida das elites, mas preferia produtos que valorizassem a sua origem. Estudo disponível em http://www.sae.gov.br/novaclassemedia/?page_id=58. Acesso em 30/11/2013.

bailes.

A multinacional Coca-Cola logo identificou tal potencial. O clipe *O Passinho da Latinha*⁸², postado no *YouTube* em maio de 2013, convoca, explicitamente, o internauta para o comercial da bebida: “Atenção para a formação de cadeia nacional de televisão. Agora, você vai ver Coca-Cola mudar a sua emoção para sempre, sempre Coca-Cola”. À voz em *off* que faz a intimação, segue a entrada de um jovem, bebendo o refrigerante, colocando a latinha no chão e começando a dançar o passinho. A trilha já conhecida do refrigerante é mixada com a batida do *funk*. Outros dois jovens aparecem em cena e também dançam ao lado da latinha. Os passistas são identificados como Iuri, Bolinho e Cebolinha, este último, um dos participantes deste estudo. Os três são “reliquias⁸³” no Rio de Janeiro, vencedores de batalhas e principais entusiastas da dança, antes mesmo de o gênero ganhar a atenção da mídia. Seus nomes recorrentemente são lembrados em conversas com outros passistas.

Com mais de 57 mil visualizações à época desta pesquisa, o vídeo ainda brinca com personalidades do mundo da moda e do cinema. Em um trecho, a música convida: “Agora quero ver quem é o *popstar* da latinha... Faz pose, faz pose, faz pose na latinha. Desfilando na latinha, agora faz pose na latinha”; letra que é acompanhada por cenas de modelos masculinos na passarela. Na sequência, mais um gracejo: a tela é dividida de forma que um dos dançarinos de passinho fica entre duas imagens de Fred Astaire, compartilhando a atenção com o astro do cinema, enquanto a música diz: “Fred Astaire, Fred Astaire sapateia na latinha”. O clipe é encerrado com uma mensagem socialmente responsável: “Agora que todo mundo dançou, vamos reciclar a latinha”, finaliza a música, enquanto um dos jovens levanta a latinha do chão e os três saem juntos. Na tela, o internauta ainda lê o texto “Dance para ser feliz”. O filme de Kayhan Lannes Özmen, produzido por Gomus Music, tem duração de 2’36”. É relevante vislumbrar uma dança nativa de favelados como elemento propulsor de felicidade, indo de encontro a valores remetidos à favela e seus sujeitos pelo senso comum. Dançar e ser feliz. Dançar e experimentar a sensação refrescante de uma bebida, assim como a sensação mágica de dançar ao lado de estrelas da moda, ou ainda ressuscitar e dividir um espetáculo com Fred Astaire. Experiências que se tornaram possíveis a

⁸² Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=2-hGomJ4PrU>. Último acesso em 12/01/2017.

⁸³ Gíria usada entre passistas indicativa de dançarino antigo, desde os primórdios do estilo nas favelas.

dançarinos de passinho de favelas do Rio pela via simbólica da publicidade.

Em outro vídeo viral⁸⁴ com a chancela da Coca-Cola, *Clipe do Passinho – Todo Mundo Aperta o Play*⁸⁵, seis jovens, especialmente selecionados nas favelas do Rio para formarem o *Dream Team* do Passinho, são os protagonistas. Entre os dançarinos, destaca-se Alessandra Ayres, mais conhecida por Lellêzinha, uma das primeiras meninas que ganharam destaque no ritmo. O clipe foi lançado no dia 20 de setembro de 2013 na internet para divulgar o *Baile do Passinho*, que aconteceu durante quatro domingos de outubro de 2013, nas comunidades de Santa Marta, Macacos, Alemão e Rocinha. “O clipe do grupo, chamado de *dream team*, é uma amostra clara desta nova fase do passinho: com produção impecável, foi filmado em diversas locações, teve coreógrafo e direção de arte. Na primeira semana, foi visto 700 mil vezes”, destacou matéria publicada no jornal O Globo, à época⁸⁶. Em janeiro de 2017, o clipe já somava mais de 17 milhões de visualizações no *YouTube*.

Não se pode ignorar que o aparente clipe para divulgação do evento engendra, mormente, uma campanha da Coca-Cola, patrocinadora de batalhas do passinho no Rio de Janeiro. Em vários momentos, a música que conduz a dança remete à trilha já conhecida do refrigerante. Em alguns figurinos do grupo – composto de peças simples, como bonés, camisas de malha e bermuda ou calça para os meninos, como as usadas no dia a dia –, aparece estampada a marca da bebida. Uma das peças usadas por Lellêzinha é mais explícita, com a inscrição *I love Coke*. Se na periferia também há felicidade, ela estaria esboçada neste videoclipe com 3’50”. Esta é a ideia. E essa felicidade pode ser compartilhada, em grupo, com os amigos! Emoção, alegria e diversão são valores imperativos no clipe que evolui de maneira contagiante.

Chama a atenção que, à parte os próprios jovens e a dança, não há outra referência às batalhas (já que o vídeo supostamente foi gravado para divulgar o evento), como dias de realização, hora e locais. Também não há garrafas ou latinhas de Coca-Cola nos cenários. Em *Todo Mundo Aperta o Play*, os jovens parecem ser o próprio anúncio. Não há mercadoria explícita, apenas a trilha

⁸⁴ A publicidade viral aposta em técnicas de *marketing* a fim de explorar redes sociais para aumentar a exposição de marcas.

⁸⁵ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=rrtFy5C02Pc>. Último acesso em 12/01/2017.

⁸⁶ Cf.: *Documentários sobre o 'passinho' mostram a origem e a nova fase do estilo de dança*. Disponível em: <http://oglobo.globo.com/cultura/documentarios-sobre-passinho-mostram-origem-a-nova-fase-do-estilo-de-danca-10257890>. Último acesso em 12/01/2017

sonora já conhecida e a marca inscrita nas roupas dos dançarinos. O refrigerante já tem personalidade própria que, somada à personalidade dos passistas, dispensa a presença física de qualquer produto. O que se evidencia é a alegria, a emoção de estar junto, a felicidade que se pode experimentar quando se entrega à dança, aos amigos, a um “estilo próprio de ser” – explorando padrões associados à construção de juventude, como estamos discorrendo.

Tomando o *Dream Team* como personagem, outras empresas também vincularam suas marcas à disposição de jovialidade, criatividade e popularidade dos passistas, que passaram a figurar com recorrência na mídia de massa⁸⁷. Em setembro de 2016, a rede Supermercados Mundial elegeu os jovens do passinho para estrelar sua campanha de aniversário. Com 1’04” e mais de 130 mil visualizações no *YouTube*⁸⁸, o vídeo, também veiculado na TV aberta, mostra o *Dream Team* (agora com cinco integrantes, ainda mantendo Lellêzinha como única menina) dançando na central de distribuição da rede varejista.

Outro exemplo neste eixo possível de concepção e associação de juventude vem da nossa observação no III Favela em Dança, no Cantagalo. O festival teve apoio da *Red Bull Amaphiko*, “uma plataforma que dá asas a jovens que usam seus talentos, energia e criatividade para transformar suas realidades”⁸⁹. O projeto realizado pela companhia *Red Bull*, que comercializa energético de mesmo nome, é sagaz: ao mesmo tempo que incentiva projetos e empreendimentos sociais, alia seu produto e sua marca à capacidade inventiva potencial e sem limites da juventude, estimulando o imaginário do jovem como sujeito livre e que tudo pode, tudo alcança.

Lucas Santos explicou-nos como o Favela em Dança tornou-se um projeto *Red Bull Amaphiko*:

Eu participei do programa que é uma plataforma social e tem parceria com a *Red Bull* da África do Sul e a *Red Bull* Brasil. Nós somos 15 empreendedores no Brasil inteiro. Somos empreendedores da *Red Bull*, por assim dizer. Então cada projeto recebe uma mentoria de um ano e seis meses. Neste um ano e seis meses, a *Red Bull* ajuda a gente em tudo que for possível. Só que a *Red Bull* não injeta

⁸⁷ O *Dream Team*, de maneira geral, passou a ser presença frequente em programas de TV e a realizar shows. Em 2014, o grupo lançou um videoclipe com Ricky Martin (Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=6gqH9OIm05E>. Último acesso em 12/01/2017).

⁸⁸ Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=x_vucnXhAdk. Último acesso em: 12/01/2017

⁸⁹ Cf.: *Red Bull Amaphiko abre inscrições para Academy*. Disponível em: <http://www.redbull.com/br/pt/stories/1331735789573/red-bull-amaphiko-abre-inscri%C3%A7%C3%B5es-para-academy> Acesso em 10/01/2017.

dinheiro. Você não vai ter grana nenhuma. Mas tudo que você precisar eles vão estar bancando. A *Red Bull* foi uma parceira incrível pra gente porque, além de ter uma mentoria, de pensar o festival, de ter uma equipe ligando pra gente o tempo inteiro e ajudando na produção, eles deram *Red Bull* pra gente vender por um preço mais barato do que o comum e alguns pra distribuir para os professores e os concorrentes das batalhas.

Durante todos os dias do Favela em Dança, a marca da empresa de energético estava estampada por todos os cantos: em um *lounge* com poltronas, almofadas e videogame, nas *pick-ups* dos DJ's, em *coolers*, como mostram as Figuras 19 e 20.



Figura 19: *Red Bull*: apoiadora do III Festival Favela em Dança, organizado por jovens do Cantagalo | Rio de Janeiro. Foto: Aline Maia (2016).



Figura 20: Red Bull: apoiadora do III Festival Favela em Dança, organizado por jovens do Cantagalo | Rio de Janeiro. Foto: Aline Maia (2016).



Favela em Dança ✓
@FavelaEmDanca

- Página inicial**
- Publicações
- Vídeos
- Fotos
- Sobre
- Curtidas
- Instagram feed

Criar uma Página

👍 Curtiu ▾
📡 Seguindo ▾
➦ Compartilhar
⋮ Mais ▾



Favela em Dança
9 de dezembro de 2016 · 🌐

[LANÇAMENTO]

Assista ao vídeo institucional do Favela em Dança 2016. Produzido durante o Festival Favela em Dança, único festival de danças urbanas em favela do Mundo! Sinta a energia do evento que fez #OCantagaloTremor

Quer saber mais?
www.favelaemdanca.com.br
 instagram: @favelaemdanca



7 mil visualizações

Figura 21: Lançamento do vídeo produzido pela Red Bull Amaphiko durante o Favela em Dança em 2016 | Postagem no perfil do festival, no Facebook.

Em dezembro de 2016, nove meses após a realização do festival, os jovens organizadores divulgaram nas redes sociais um vídeo institucional da terceira edição, produzido pela *Red Bull Amaphiko*, como parte também do apoio dado ao evento (Figura 21). “Tá com uma qualidade absurda. Parece um filme! É uma parceria incrível! É muito bom agregar o nosso evento a uma marca tão importante”, comemorou Ronaldo.

Estes exemplos já antecipam e também ilustram, de certo modo, um pouco da discussão do próximo subcapítulo, sobre as formas de apresentação pública destes jovens favelados, mecanismos que vão colaborar para a produção de representações sobre os mesmos, padrões de comunicação que influenciam nos processos de fixar uma imagem específica sobre lugares e pessoas. Mas ainda visamos elencar mais algumas concepções teóricas de juventude como estética da contemporaneidade potencializada por conteúdos midiáticos. Nesta via, os exemplos relacionados também demonstram, em diferentes perspectivas, a ideia de jovem como indivíduo “difusor de práticas de consumo e de comunicação” (ROCHA e PEREIRA 2009).

É a partir da juventude como um modelo ideal de estilo de vida a ser imitado, associado diretamente a categorias como felicidade, sociabilidade, amizade, liberdade e modernidade que Cláudia Pereira, Everardo Rocha e Miguel Pereira (2009) discutem as representações do ser jovem na publicidade e no cinema. Os autores afirmam que há duas formas, pelo menos, de se tangenciar a noção de juventude:

A primeira possível consiste na própria diversidade que a constitui, através de suas expressões e movimentos culturais, por exemplo, que ocupam um importante espaço no cenário da vida social moderno-contemporânea. A segunda forma é diferente, já que a juventude é tomada como um fenômeno social que tanto pode ser reflexo como produto de um imaginário coletivo, e que se constitui a partir de um conjunto de valores, influenciando a maneira com que indivíduos de todas as idades consomem produtos e ideias (PEREIRA; ROCHA; PEREIRA, 2009, p.8).

Em uma perspectiva de tratamento da juventude como um conceito publicitário, os pesquisadores acreditam que, para além de um grupo concreto com princípios compartilhados, a juventude é “uma representação midiática e, como tal, se estende para outras fases da vida” (PEREIRA; ROCHA; PEREIRA, 2009, p.10). Por isso configura-se como um período da existência em que todos –

ou grande parcela – querem estar e permanecer. O fato é que a juventude vem conquistando, cada vez mais, um lugar de produtora e propagadora de gostos e costumes. Desta forma, adquire, também, um poder hegemônico antes não pensado, ponto de congruência entre outros pesquisadores: “Vendendo” estilos de vida, os conteúdos midiáticos destinam-se-iam principalmente a gerar um ambiente cognitivo e afetivo que propicie o despertar de um comportamento consumista. Temos, então, por estes argumentos, a delimitação de juventude como construção estruturada por artifícios também do campo da Comunicação, da mídia.

Novamente observando o Favela em Dança, temos mais um exemplo sobre a associação da ideia do “ser jovem” a valores como criatividade, novidade, não seguir padrões e ter muitas conexões – sejam virtuais ou reais –, elementos que trabalham bem a composição de juventude enquanto estilo de vida. Lucas Santos foi escolhido para participar do projeto *Fazedores*, da Rider, uma marca de chinelos voltados ao público masculino. O programa contempla, em sua concepção, um grupo que “valoriza o colaborativo, tem consciência do seu papel no mundo e valoriza a experimentação. É um pessoal que busca o equilíbrio entre o lado pessoal e o profissional e tem um olhar mais leve sobre o melhor jeito de levar a vida”⁹⁰. Por sua atuação no Favela em Dança e engajamento enquanto “empreendedor social”, como Lucas se define, ele se tornou parte deste “movimento” lançado pela Rider, pois:

A Rider não vende só chinelo.

A gente faz parte da vida das pessoas. Seja no pé de fazedores que estão trabalhando em seus escritórios, melhorando as suas comunidades, daqueles que estão criando experiências inesquecíveis ou se aventurando pelo mundo. Todos de chinelo, porque já não se permitem mais se enquadrar em regras criadas por outros. Como todo bom fazedor, a gente também não se aquietou com a ideia de se aproximar dessas pessoas. A gente segue fazendo.⁹¹

Uma matéria feita com Lucas para o site dos *Fazedores*⁹² evidencia o corpo do jovem, que também é dançarino de *hip-hop* desde os 13 anos, como instrumento de mudança e criatividade em sua realidade, a favela, enfatizando que esta é a geração do ser, e não do ter, “aqueles que exercitam de maneira autêntica

⁹⁰ Cf.: <http://www.projtofazedoresrider.com.br/> Último acesso em janeiro de 2017.

⁹¹ Cf.: <http://www.projtofazedoresrider.com.br/> Último acesso em janeiro de 2017.

⁹² Cf.: <http://fazedores.co/favela-em-danca/> Último acesso em janeiro de 2017.

suas identidades”⁹³, fazendo, criando e se virando com o que têm em mãos – ideias que Lucas também reverbera em seu discurso, postura e ações, como podemos acompanhar.

Pelas proposições ora elencadas a partir de estudiosos, do campo e dos participantes, poderíamos por fim reunir e enumerar pelo menos cinco panoramas amplos – mas não únicos – que perpassam, então, a tentativa de construir um conceito de juventude: (1) a ideia de um lugar intermediário entre infância e mundo adulto (ainda que muitos possam preferir neste entremeio permanecer por mais tempo que outros), metáfora de mudança social; (2) a noção de um “estado de espírito” que orienta posturas, decisões e atitudes dos sujeitos; (3) um estágio de atribuição de responsabilidades, compromissos que passam a ser paulatinamente assumidos consigo e com outros; (4) a incorporação de uma disponibilidade ao consumo na busca por um “estilo de vida⁹⁴” e (5) a concepção como uma representação estética hodierna, almejada e cultivada principalmente pelo campo midiático.

Enquanto representação, a formulação de juventude envolve processos de percepção, reconhecimento, classificação, legitimidade e/ou exclusão, práticas de significação. Mais que pensar sentidos atribuídos por algum tipo de trabalho representacional para identificar determinadas juventudes, é interesse desta pesquisa explorar como os participantes do campo produzem autorrepresentação, como eles se representam/apresentam via práticas de comunicação (abordagem do Capítulo 4). Antes, então, vamos discutir representações à luz de teóricos do tema.

3.2 **Sociais e midiáticas: rejeitando representações**

O título deste subcapítulo é uma provocação. O intuito é instigar a reflexão sobre como nosso modo de pensar, julgar, agir, tomar decisões, entre outros, é condicionado por modelos prévios que visam nos “familiarizar” com objetos, lugares, pessoas e situações cotidianas. Esse mecanismo de produzir sentido sob a avalanche diária de informações que recebemos – em casa, no trabalho, na escola,

⁹³ Cf.: https://www.youtube.com/watch?v=4_IagLsYuMg Último acesso em janeiro de 2017.

⁹⁴ Cf. Anthony Giddens (2002, p. 79-80): “um estilo de vida pode ser definido como um conjunto mais ou menos integrado de práticas que um indivíduo abraça, não só porque essas práticas preenchem necessidades utilitárias, mas porque dão forma material a uma narrativa particular de autoidentidade. [...] Os estilos de vida são práticas rotinizadas, as rotinas incorporadas em hábitos de vestir, comer, modos de agir e lugares preferidos de encontrar os outros”.

na rua, da mídia – está no campo das representações sociais. Atravessando meandros do cotidiano, as representações estabelecem-se no mundo em que habitamos e interagimos.

Discorrer sobre representações implica considerar a complexidade que envolve este tema. Não raro nos deparamos com trabalhos que utilizam este termo sem delimitar a partir de quem ou de onde se toma o debate. Por isso, para efeitos da discussão que propomos, reconhecemos que, ao tratar de representações, estamos lidando com um conceito que não é fechado, mas que se configura como uma prática, um processo social de comunicação. Assim, analisar representações pode demandar caminhos metodológicos variados.

Por Émile Durkheim (1970) vem a divisão das representações entre individuais e coletivas, de modo que as primeiras seriam do campo da Psicologia e as outras, formas estáveis de compreensão coletiva, pertencentes às Ciências Sociais. A significância das representações na obra de Durkheim está inserida na abordagem do autor de fenômenos que fazem com que as sociedades se mantenham coesas, integradas, por entender que o todo paira sobre o indivíduo, o cria e o determina. Na perspectiva de Durkheim, não se pode conhecer a sociedade a partir da unidade. Desta forma, ele atribuiu ao campo da Sociologia o exame das representações coletivas, tecendo este caminho em análises de sociedades primitivas a partir de seus estudos de religião.

Enquanto Durkheim enfatizou uma concepção mais estática para representações coletivas, conferindo a estas o “poder de se atrair, de se repelir, de formar entre si sínteses de toda espécie, que são determinadas por suas afinidades naturais e não pelo estado do meio em que evoluem” (DURKHEIM, 1970, p. 44), o psicólogo social romeno Serge Moscovici (2015) seguiu pelo tratamento das representações sociais na sua dinamicidade, interessado em explorar a variação e a diversidade das ideias coletivas nas sociedades modernas. Mesmo reconhecendo o legado de Durkheim, Moscovici (2015, p.45) pondera:

A sociologia vê, ou melhor, viu as representações sociais como artifícios explanatórios, irreduzíveis a qualquer análise posterior. (...) A psicologia social, contudo, estaria e deveria estar pré-ocupada somente com a estrutura e a dinâmica das representações. (...) Assim, o que eu proponho fazer é considerar como um fenômeno o que era antes visto como um conceito.

Tomadas como um fenômeno, as representações sociais estão relacionadas

a um modo particular de compreender o mundo e de se comunicar, um modo que cria tanto a realidade quanto o senso comum. Para Moscovici, uma vez expostos a informações o tempo todo, tornamo-nos dependentes de parâmetros que nos auxiliem a compreender e produzir sentido na enxurrada de dados recebidos. Diante desta necessidade, as representações sociais agem em duas frentes:

a) Na primeira, convencionalizando acontecimentos, pessoas e objetos; em outras palavras, dando forma e sentido a tudo aquilo que nos rodeia, localizando situações e sujeitos em categorias, eliminando características particulares daquilo que é observado e fazendo emergir uma forma mais familiar e geral.

Assim, nós passamos a afirmar que a terra é redonda, associamos comunismo com a cor vermelha, inflação com o decréscimo do valor do dinheiro. Mesmo quando uma pessoa ou objeto não se adequam exatamente ao modelo, nós o forçamos a assumir determinada forma, entrar em determinada categoria, na realidade, a se tornar idêntico aos outros, sob pena de não ser nem compreendido, nem decodificado (MOSCOVICI, 2015, p.34).

Por esta primeira função das representações sociais, conforme apresenta Moscovici, colocamo-nos a pensar nas categorias nas quais determinados jovens são comumente classificados. Características específicas das pluralidades das juventudes faveladas e negras, por exemplo, correm o risco de serem eliminadas dando lugar a convenções subjacentes e ao que elas nos permitem ver. Recordo aqui os relatos de membros da Expo Passinho Carioca sobre abordagens constantes sofridas da Polícia Militar. Foi em uma tarde de sábado, em um centro cultural na Penha, que tive a oportunidade de conversar por mais de três horas com o grupo. O dançarino apelidado 2P IDD, 18 anos, reproduziu o “diálogo” com um policial que o interceptou quando o jovem saía de casa, certa manhã, na Cidade de Deus (CDD), na Zona Oeste do Rio de Janeiro, onde mora:

Policial - Rapá, vem cá! Anda rápido! [disse, mudando a voz para interpretar o policial]

Aí eu fui andando e ele agarrou assim [segurou abruptamente a blusa de um colega pelas costas] e eu:

2P IDD - Caralho!

Policial - Tá com droga aí?

2P IDD - Caraca, tô indo trabalhar, cara [seguia na encenação com alteração da voz e expressões faciais]

Policial - Trabalhar? Vai trabalhar aonde?
2P IDD - Eu trabalho lá na Penha.

Policial - Na Penha? Vem cá.
Aí me jogou na parede, me revistou. Aí ele:

Policial – Pô, qual é de tu?

2P IDD – Vou pra Penha, cara!

Policial – Vou dizer como você vai pra lá. Toma!
E me deu o maior pescoção. [Encerrou em tom de tristeza, seguido por riso tímido de alguns colegas que estavam ao lado e expressão de desaprovação de outros...].

Ao desabafo de 2P, Thiago de Paula, líder do coletivo Expo Passinho Carioca, completou:

O 2P, quando foi revistado na CDD, estava sem identidade e entregou a carteira de trabalho. O policial virou pra ele e falou: “Ah, bandido também tem carteira de trabalho”. E aí, tipo, o jovem não pode... Você não pode, você é jovem, tem que passar por aquela situação, pra eles colocarem alguma coisa, te incriminarem, é muito fácil. (...) E o dia que aconteceu essa situação com ele na CDD, foi dia 20, dia de Zumbi, dia 20 de novembro. Foi o dia em que a gente apresentou no *Urban Charme*, que era um evento onde vários grupos mostraram seus trabalhos, nós fomos a única companhia de passinho a mostrar esse movimento dentro do evento. Eram várias pessoas de várias favelas indo pro Centro Coreográfico e todas as favelas no qual eles estavam saindo estavam com problemas: Nova Holanda, Cidade de Deus, Cidade Alta, Vila Cruzeiro, aqui a Caixa d’Água. Todos nós, que estávamos saindo das nossas casas, estávamos com problemas. A nossa sorte é que todos saíram bem cedo, viemos pra cá. (...) E esta situação que aconteceu na CDD foi muito curiosa assim, pra gente, não só por ser parte do dia 20, que é dia de Zumbi... Tem toda aquela questão espiritual em relação à questão do negro, mas assim, foi no dia que caiu o helicóptero na CDD⁹⁵ e a favela sofreu uma pressão. Eles acharam que os bandidos derrubaram o helicóptero, mas foi um problema técnico. Foi uma má manutenção do próprio helicóptero que derrubou o helicóptero. Ou seja, o Estado matou aqueles policiais e não a favela. E o que que é vendido na televisão?! Que os traficantes mataram... “Derrubaram o helicóptero”. Quem derrubou o helicóptero? O Estado que não fez uma manutenção daquele helicóptero! Não teve um tiro. Mas foi vendido isso. Se você olhar na reportagem, se você procurar entender, não tem relato de tiroteio. Depois, óbvio, foi divulgado que os bandidos mataram os policiais e aí eles entraram de cara, houve o confronto.... Mas, antes disso, não ‘tava’ acontecendo nada.

⁹⁵ Thiago refere-se à queda de um helicóptero da Polícia Militar que participava de uma operação na Cidade de Deus, no dia 19 de novembro de 2016. Quatro policiais que ocupavam a aeronave morreram no acidente. Na madrugada do dia 20, foi realizada uma ação na CDD, determinada pela cúpula de segurança do Estado. O caso e sua repercussão foram amplamente divulgados pela mídia brasileira. Após a investida da PM na comunidade da Zona Oeste, moradores encontraram sete corpos em um matagal. Paralelamente, a perícia inicial feita no helicóptero da polícia não encontrou perfurações por arma de fogo na aeronave.

Os jovens da Expo também lembraram um episódio vivido no dia anterior à nossa entrevista. Claudinho IDD, de 19 anos, e 2P contaram que estavam no Centro do Rio de Janeiro, no fim da tarde de sexta-feira, usando “uniforme” (como definiram o fato de estarem vestindo a camisa com identificação do coletivo de dança) e na companhia de Thiago, que tem a pele e os olhos claros. Eles seguiam para uma apresentação de passinho, quando foram abordados pela PM:

2P IDD – Ontem, a gente tava no Centro, uniformizado...

Claudinho IDD – Uniformizado [refoçou]

2P IDD – Aí vem um polícia, para a gente... Não, eram três. Veio um homem e revistou ele [apontando para Claudinho] e uma mulher me revistou. Eu não sabia que ela podia me revistar. E tipo assim, o chefe “tava” com a gente [referindo-se a Thiago]. Mas não revistaram o chefe. Revistaram só a gente, só eu e ele. [apontando novamente para Claudinho]. Aí o Thiago chegou e falou. Aí o policial falou assim: “Não se mete no meu trabalho que a gente não tá se metendo no seu”...

Thiago – Eu fiquei bem estressado. Uma mulher revistou ele [se referindo a 2P]. Eu dialogando com eles, o policial olhou pra mim e falou assim: “Meu senhor, eu estou aqui fazendo apenas a sua segurança”. Essa frase, “a sua segurança” [em tom enfático e de revolta] referente à minha pessoa, jogando os dois jovens como menores assim... [gesticulando negativamente]. Fora o constrangimento que eles estavam ali (...). Você tá indo pra uma apresentação, na qual o tema é falar sobre as juventudes nos centros urbanos e a juventude nos centros urbanos sofre esta situação [em tom de lamento] (...).

Juninho, campeão da batalha de passinho no III Favela em Dança, também relatou experiência semelhante ao descer o Cantagalo para treinar na praia com outros colegas:

Já “fomo” pra praia, ali pro Arpoador, “dançamo”, “fomo” gravar vídeo e ensaiar também... Ensaiar na areia pra perna ficar leve, mais *cool*... Aí foi gente pensando que a gente ia roubar, que “nós ia” fazer outra coisa de errado... Mas jamais “nós teve” esse pensamento... Só pensamento positivo... [pausado e em tom de lamento].

É possível afirmar que o que aconteceu aos meninos do passinho está relacionado às representações do senso comum sobre jovem preto e pobre. Mesmo junto da dupla, Thiago, branco, não foi revistado. E ainda recebeu como resposta ao questionar a PM que aquela ação era para “sua segurança”. O episódio

relatado ilustra bem a proposição de Moscovici (2015, p.35) sobre o fato de que “nós pensamos através de uma linguagem; nós organizamos nossos pensamentos, de acordo com um sistema que está condicionado, tanto por nossas representações, como por nossa cultura”. E tal condicionamento ao qual nossa mente é submetida está, de alguma maneira, conectado à lógica sociocêntrica na qual vivemos. Um quarto exemplo é a opinião de Akeem Olaj, 29 anos, membro do grupo *Slam New Orleans (Team SNO)*, que organiza os encontros de poesia entre jovens em Nova Orleans. Ele critica representações de violência e criminalidade associadas a Nola pelos norte-americanos, principalmente via conteúdos midiáticos:

As pessoas quando pensam em Nova Orleans já pensam em violência. Elas não percebem que a violência está concentrada em partes específicas da cidade e a maior parte acontece aos turistas e não às pessoas comuns. Você pode ser roubado em qualquer lugar do planeta. Mas você sabe que fica diferente depois que a mídia fala sobre a violência em um lugar.

b) A segunda frente de atuação, ou função das representações sociais, é o seu caráter prescritivo, permitindo que se imponham sobre os indivíduos como uma “força irresistível”, incorporando-se ao cotidiano, de forma que “são partilhadas por tantos, penetram e influenciam a mente de cada um, elas não são pensadas por eles; melhor, para sermos mais precisos, elas são re-pensadas, recitadas e re-apresentadas” (MOSCOVICI, 2015, p. 37). Moscovici argumenta que não são as representações dependentes da maneira de pensar das pessoas, mas, ao contrário, a maneira de pensar e o que as pessoas pensam é que são dependentes das representações dadas.

Nestas circunstâncias, mais um exemplo vem também dos jovens da Expo Passinho Carioca. É o relato sobre uma apresentação realizada pelo grupo na festa de confraternização de um plano de saúde, na cobertura de um hotel de luxo no Rio de Janeiro. Inicialmente, eles teriam sido mal recebidos e acreditam que o motivo do tratamento descortês reside na cor de suas peles e local de moradia, como revelaram VN DB, Leet IDD, Duda e Claudinho IDD:

VN DB – Quando nós chegou... viram um monte de negão...

Leet IDD – Só preto!

Claudio IDD – Tratou mal. Depois que a gente dançamos, o tratamento completamente mudou. Queriam até dançar com a gente...

Leet IDD – Deram parabéns...

2P IDD – Tiraram foto!

(...)

Duda - Eu acho que isso é muita ideia errada pra pouca conversa com a gente. Julgam muito a gente...

A postura inicial dos convidados na festa evidencia que as representações sociais são criações coletivas, dinâmicas, compartilhadas pelos membros de um grupo ou sociedade e reforçadas pela tradição deste mesmo grupo ou sociedade. Por isso, emergem das interações humanas, como afirma Moscovici (2015, p.41):

Representações, obviamente, não são criadas por um indivíduo isoladamente. Uma vez criadas, contudo, elas adquirem uma vida própria, circulam, se encontram, se atraem e se repelem e dão oportunidade ao nascimento de novas representações, enquanto velhas representações morrem. (...) Sendo compartilhada por todos e reforçada pela tradição, ela constituiu uma realidade social *sui generis*. (...) Ao criar representações, nós somos como o artista, que se inclina diante da estátua que ele esculpiu e a adora como se fosse um deus.

Ao discorrer sobre os processos que geram representações sociais, ou seja, os dispositivos para tornar familiar o não familiar, Moscovici aponta dois mecanismos: a ancoragem e a objetivação. O primeiro explicaria o comportamento (ou necessidade) humano de recorrentemente classificar pessoas, objetos, ideias e situações. Trata-se da busca de paradigmas em categorias já conhecidas a fim de enquadrar e incorporar aquilo que ainda nos é estranho e perturbador. Assim, rotulamos, batizamos o que não tinha nome, sendo então a representação um sistema de classificação onde “a neutralidade é proibida, pela lógica mesma do sistema, onde cada objeto e ser deve possuir um valor positivo ou negativo e assumir um determinado lugar em uma clara escala hierárquica”, segundo explana Moscovici (2015, p.62). O pesquisador exemplifica: Quando nós “classificamos uma pessoa entre os neuróticos, os judeus ou os pobres, nós obviamente não estamos apenas colocando um fato, mas avaliando-a e rotulando-a. E, neste ato, nós revelamos nossa “teoria” da sociedade e da natureza humana”. Faz-se importante pontuar que o que está em jogo em todas as classificações de coisas não familiares é, sobretudo, “a necessidade de defini-las como conformes,

ou divergentes, da norma” (MOSCOVICI, 2015, p. 65).

A objetivação, o outro processo de geração das representações sociais conforme Moscovici, operaria no sentido de transformar a palavra que nomeia e rotula uma ideia ou situação, substituindo-a, na ideia ou situação que substitui a palavra. “Objetivar é descobrir a qualidade icônica de uma ideia, ou ser impreciso; é reproduzir um conceito em uma imagem” (MOSCOVICI, 2015, p.71-72). É simples fazermos um rápido exercício para entender como opera a objetivação. O que vem à mente quando pensamos em: Favela? Rio de Janeiro? Brasil? Negros norte-americanos? *Black Lives Matter*? África? As imagens que logo tomam nosso pensamento ao evocar estes termos ilustram a domesticação da representação, recorrendo, inclusive, a experiências anteriores, ao repertório acumulado, ao já vivido.

À vista disso, Moscovici deixa claro que, para ele, as representações dependem da memória, de um legado histórico:

É dessa soma de experiências e memórias comuns que nós extraímos as imagens, linguagem e gestos necessários para superar o não familiar, com suas consequentes ansiedades. As experiências e memórias não são nem inertes, nem mortas. Elas são dinâmicas e imortais (MOSCOVICI, 2015, p.78).

Mas é neste aspecto precisamente que o sociólogo Stuart Hall (1997) e o estudioso romeno vão divergir no que diz respeito ao estabelecimento de representações. Pois, enquanto para Moscovici as representações sociais só existem porque há construções anteriores que são confrontadas, combinadas, rearranjadas, ou seja, há continuidade histórica, para Stuart Hall (1997, p.31), não há, necessariamente, continuidade entre as representações sociais, como apresentamos. Ao citar Michel Foucault, Hall desenvolve sobre o fato de que os discursos produzem formas e práticas de conhecimento, objetos e sujeitos radicalmente diferentes de um período para o outro, sem necessária contiguidade entre eles.

Produzir significado depende da prática da interpretação, e a interpretação é ativamente sustentada por nós usando o código – codificando as coisas - e pela pessoa na outra extremidade interpretando ou decodificando o significado (Hall, 1980). Mas note que, como os significados estão sempre mudando e escorregando, os códigos operam mais como convenções sociais do que como leis fixas ou regras inquebráveis. À medida que os significados mudam e se deslocam, inevitavelmente os códigos de uma cultura imperceptivelmente

mudam. A grande vantagem dos conceitos e classificações da cultura que temos em mente é que eles nos permitem pensar sobre as coisas, se elas estão presentes ou não; de fato, se elas já existiram ou não (HALL, 1997, p. 45, tradução nossa)⁹⁶.

Para o sociólogo Stuart Hall (1997), o conceito de representação tem ocupado lugar importante nas discussões empreendidas pelos Estudos Culturais. A representação seria o mecanismo de conexão de significado e linguagem à cultura: “A representação é uma parte essencial do processo pelo qual o significado é produzido e trocado entre membros de uma cultura. Envolve o uso da linguagem, de signos e imagens que representam coisas”, pontua Hall (1997, p.1, tradução nossa)⁹⁷.

Ao buscar respostas sobre os elementos envolvidos no processo de representação, Hall aponta dois sistemas: o primeiro dá sentido ao mundo através da construção de um esquema de correspondências, de equivalências, no qual todo tipo de objeto, de pessoa e de evento está correlacionado a um conjunto de conceitos ou representações mentais sem os quais não poderíamos interpretar o mundo de forma significativa; o segundo estaria relacionado à linguagem, ao domínio de uma língua comum entre membros de um mesmo grupo. Para Hall, a linguagem permite traduzir pensamentos em palavras, tornando-se, assim, importante elemento para o estabelecimento de representações dentro de um mesmo grupo.

Conforme o autor, compartilhamos os mesmos mapas conceituais, por isso temos interpretações semelhantes do mundo. E se interpretamos o mundo de forma semelhante, construímos uma cultura compartilhada de significados. Um exemplo simples que vem do nosso campo é o estalar contínuo de dedos nas apresentações de *spoken word*, entre adolescentes em Nova Orleans. Para mim, tal gesto não tinha significado claro, mas percebi, por sua repetição ao longo dos eventos que acompanhei, que havia algo importante ali, compartilhado pelo grupo

⁹⁶ Tradução livre do original: “*Producing meaning depends on the practice of interpretation, and interpretation is sustained by us actively using the code – encoding, putting things into the code – and by the person at the other end interpreting or decoding the meaning (Hall, 1980). But note that, because meanings are always changing and slipping, codes operate more like social conventions than like fixed laws or unbreakable rules. As meanings shift and slide, so inevitably the codes of a culture imperceptibly change. The great advantage of the concepts and classifications of the culture which we carry around with us in our heads is that they enable us to think about things, whether they are there, present, or not; indeed, whether they ever existed or not.*”

⁹⁷ Tradução livre do original: “*Representation is an essential part of the process by which meaning is produced and exchanged between members of a culture. It does involve the use of language, of signs and images which stand for or represent things.*”

de jovens poetas e fora do meu alcance representacional. Afinal, a forma como eles produziam sons com as pontas dos dedos remetiam-me, no máximo, ao movimento que uso para enfatizar que fiquei esperando alguém por horas, por exemplo. Depois aprendi que tal gesto, naquele contexto, indica aprovação e concordância com o que está sendo dito pelo poeta. No lugar das palmas – que poderiam atrapalhar a performance e encobrir a voz do artista –, vem o estalar de dedos.

Conforme Hall, três diferentes teorias podem nos auxiliar a compreender as representações sociais: reflexiva, intencional e construcionista.

Na abordagem reflexiva, o significado é pensado para estar no objeto, pessoa, ideia ou evento no mundo real, e a linguagem funciona como um espelho, para refletir o verdadeiro significado como já existe no mundo. (...) A segunda abordagem argumenta o caso oposto. Ela afirma que é o orador, o autor, que impõe seu significado único ao mundo através da linguagem. As palavras significam o que o autor pretende que elas signifiquem. Esta é a abordagem intencional. Novamente, há algum ponto nesse argumento, pois todos nós, como indivíduos, usamos a linguagem para transmitir ou comunicar coisas que são especiais ou exclusivas para nós, para a nossa maneira de ver o mundo. (...) A terceira abordagem reconhece o caráter público, social da linguagem. Ela reconhece que nem as coisas em si nem os usuários individuais da linguagem podem consertar o significado na linguagem. As coisas não significam: construímos significado, usando sistemas representacionais - conceitos e signos. Daí é chamada de abordagem construtivista ou construcionista do significado na linguagem (HALL, 1997, p. 10-11, tradução nossa)⁹⁸.

Para o sociólogo, a teoria construcionista é a que tem apresentado significativo impacto nos Estudos Culturais, recentemente. Nesta, duas abordagens principais podem ser consideradas para pensar o estabelecimento das representações: a semiótica influenciada pelo linguista Ferdinand de Saussure e o discurso associado ao filósofo Foucault. Ao apresentar e analisar os pontos de vista dos estudiosos, Hall defende o seu, especificando que as representações configuram um processo dinâmico de trocas, dentro do qual o sujeito é parte

⁹⁸Tradução livre do original: “*In the reflexive approach, meaning is thought to lie in the object, person, idea or event in the real world, and language functions like a mirror, to reflect the true meaning as it already exists in the world. (...) The second approach to meaning in representation argues the opposite case. It holds that it is the speaker, the author, who imposes his or her unique meaning on the world through language. Words mean what the author intends they should mean. This is the intentional approach. Again, there is some point to this argument since we all, as individuals, do use language to convey or communicate things which are special or unique to us, to our way of seeing the world. (...) The third approach recognizes this public, social character of language. It acknowledges that neither things in themselves nor the individual users of language can fix meaning in language. Things don't mean: we construct meaning, using representational systems – concepts and signs. Hence it is called the constructivist or constructionist approach⁹⁸ to meaning in language*”.

essencial. A este processo agrega-se a questão da interpretação, considerando que a representação envolverá a arbitrariedade do signo (Saussure), o contexto da representação e o ponto de vista do sujeito / pesquisador. Assim Hall justifica que, necessariamente, não há continuidade entre as representações.

O que aproxima Stuart Hall de Serge Moscovici é o entendimento de que o sujeito é parte da prática de representação. Em sua linha, Moscovici admite que as representações sociais têm um conteúdo específico que difere de uma esfera ou de uma sociedade para outra. Porém defende, contrariamente a Hall, que é possível buscar uma “marca de origem”. Ele explica:

Nossas experiências e ideias passadas não são experiências ou ideias mortas, mas continuam a ser ativas, a mudar e a infiltrar nossa experiência e ideias atuais. Sob muitos aspectos, o passado é mais real que o presente. O poder e a claridade peculiares das representações – isto é, das representações sociais – deriva do sucesso com que elas controlam a realidade de hoje através da de ontem e da continuidade que isso pressupõe (Moscovici, 2015, p. 37-38).

Moscovici afirmará também que as representações estão intimamente ligadas à comunicação, por serem um produto desta e da interação: ao passo que são propaladas pelas práticas comunicativas, também são dispositivos para tornar a comunicação possível, uma vez que têm por finalidade tornar familiar o não familiar. As representações podem ser o produto da comunicação, mas também é verdade que, sem a representação, não haveria comunicação.

Nosso exercício reflexivo, então, direciona-se agora no sentido de pensar uma trama específica de representações: daquelas circulantes nas mais diversas mídias, sob a forma de anúncios publicitários e mensagens institucionais, transmitidas em programas jornalísticos, corporificadas em conteúdos de entretenimento, novelas, filmes, séries, *reality shows*... Reverberadas pelos meios de comunicação, penetram os cantos sociais, estimulam pensamentos, evocam autenticidade, motivam atitudes, formam opiniões e sustentam posturas. São as representações midiáticas: representações sociais, como caracterizadas por Moscovici, especificamente irradiadas no campo da mídia. Os meios de comunicação aceleram as mudanças que as representações devem sofrer para penetrarem a vida cotidiana e se tornarem parte da realidade comum. Enquanto concorre para a propagação de uma representação, a mídia também reforça e legitima tal imagem/classificação/descrição. Em síntese, as representações

alicerçadas pela comunicação constituiriam as realidades de nossas vidas e serviriam como principal meio para estabelecer as associações com as quais interagimos uns com os outros. Como afirmaram João Freire Filho e Micael Herschmann (2006, p. 143), “os meios de comunicação de massa são a grande fonte de difusão e legitimação dos rótulos” direcionados aos sujeitos sociais.

Cada ser ingressa em um mundo pré-fabricado, em que certas coisas são importantes e outras não, de modo que conveniências estabelecidas trazem determinadas situações para a luz e deixam outras à sombra. Neste contexto, a mídia ocupa um lugar destacado na produção simbólica das sociedades contemporâneas, fornecendo – pelas representações que difunde – material suficiente para que cada indivíduo organize sua própria identidade e se articule com as demais individualidades.

Os modos de representar estariam imbricados em extensas relações de poder que ignoram a singularidade dos diferentes campos e atores sociais envolvidos nas representações. Também têm potencial de acometer profundamente os indivíduos, na medida em que são capazes de “delimitar” o que as pessoas podem ser em dada sociedade. É o que também discute Richard Dyer (2002) ao analisar a representação de sujeitos tradicionalmente dominados, como mulheres trabalhadoras, minorias étnicas, gays, lésbicas, entre outros.

Para o estudioso, o tratamento de grupos sociais na representação cultural é parte e parcela de como estes mesmos grupos são tratados socialmente, ancorados e instituídos por representações. Estas seriam as responsáveis pela forma como as pessoas se percebem, percebem os outros, sua comunidade, o mundo e, também, seu lugar na sociedade, sua condição de cidadania e seus direitos. Daí a significância em refletir sobre as representações midiáticas.

Defendendo a – já apresentada aqui – perspectiva de que representações implicam o uso de códigos e convenções culturais disponíveis, sobre os quais os sujeitos produzem sentido, Dyer destaca que estudar representações é observar também como “imagens dadas” são incorporadas e rerepresentadas. Este viés é interessante para pensarmos sobre como representações de pretos e favelados são reformuladas nas produções dos participantes de nosso campo – objeto mesmo do Capítulo 4, como já indicamos.

No campo da ficção midiática, Dyer enquadra as representações como um

“recorte” da realidade, porque são de fácil “aprendizagem”, simples, entretanto, incapazes de considerarem a complexidade do cotidiano e das pessoas. Ainda assim, a eficácia do processo de representação estaria na maneira como invoca o consenso (este, estabelecido culturalmente), de forma que a incorporação de categorias de percepção justificaria o lugar mesmo ocupado pelos atores sociais.

Em linha semelhante de pensamento, segue Kathryn Woodward (2000, p.17), ao afirmar que “a mídia nos diz como devemos ocupar uma posição-de-sujeito particular”. “Quem eu sou? O que eu poderia ser? Quem eu quero ser?” São questões para as quais as possíveis respostas estão nos sistemas simbólicos que baseiam as representações, estas, compreendidas como processos culturais. Para a autora, são os significados produzidos pelas representações que nos posicionam como sujeito, de forma que assim daremos sentido à nossa experiência e àquilo que somos. Em outras palavras, são os sistemas de representação os produtores de identidades.

Em consonância à afirmação de Dyer, Woodward também aponta que práticas de significação envolvem, impreterivelmente, relações de poder, “incluindo o poder para definir quem é incluído e quem é excluído. A cultura molda a identidade ao dar sentido à experiência e ao tornar possível optar, entre as várias identidades possíveis, por um modo específico de subjetividade” (WOODWARD, 2000, p.18-19). E mais: constituídas por meio das diferenças, as identidades moldam-se a partir da relação com o Outro, com aquilo que não é, com o exterior. Há um jogo de poder e exclusão, negação e aceitação, que vai resultar na estruturação identitária, pois, conforme Stuart Hall (2000, p.112),

as identidades são as posições que o sujeito é obrigado a assumir, embora “sabendo” (...), sempre, que elas são representações, que a representação é sempre construída ao longo de uma “falta”, ao longo de uma divisão, a partir do lugar do Outro e que, assim, elas não podem, nunca, ser ajustadas (...) aos processos de sujeito que são nela investidos.

Identificar transpõe o reconhecimento que se faz de traços que caracterizam uma pessoa ou grupo social. Recorrendo a ideias e valores presentes no imaginário popular, os meios de comunicação apresentam figuras socialmente úteis que logo são oficializadas em modelos de pronta identificação e visibilidade. Os meios pelos quais alguns grupos são excluídos e estigmatizados teriam seu formato originado exatamente nos sistemas simbólicos de uma dada sociedade –

entre os quais opera a mídia, por meio das narrativas do jornalismo e da publicidade, da semiótica de novelas e filmes, entre outros. Assim, questionar sistemas de representação equivale, mesmo, a questionar sistemas e formas dominantes de representação de identidade / diferença (aquilo que se é / aquilo que o outro é), de marcações simbólicas definidoras das posições que os indivíduos devem assumir no cotidiano.

Amparados por este referencial, compreendemos que os meios de comunicação massivos, como o cinema e a TV, são agentes significantes, fabricantes de sentidos que não apenas produzem a realidade, mas também colaboram para sua definição, pelas representações que engendra. Focando em nosso campo nesta tese, não raro, aspectos da cultura juvenil relacionados à violência e ao banditismo são pontos de vista que, prioritariamente, parecem interessar à grande mídia, principalmente, quando os jovens em questão são favelados e negros. Imagens estereotipadas, associadas à transgressão e à marginalidade, povoam o imaginário quando se fala neste indivíduo, contexto reverberado especialmente pelos noticiários, como já analisaram Rosilene Alvim e Eugênia Paim (2000). Pensando, especificamente, a representação da favela e dos jovens favelados, concordamos com a afirmação da antropóloga Adriana Facina (2014) quando diz, a título de exemplo, que

a mídia corporativa, ao tornar a violência armada espetáculo, a transforma em mercadoria altamente vendável. É possível, assim, naturalizar a associação entre “tráfico” e favela, construindo um território – e, por extensão, sua população, os favelados – como representação do medo. A ameaça também tem geração: são jovens; cor: são pretos; e gênero: são homens (FACINA, 2014, p.46).

Conteúdos midiáticos deixam-nos rotineiramente sujeitos a intervenções de representações que tanto nos orientam em direção ao que é visível como nos encaminham a situações às quais precisamos responder e/ou nos posicionar em relação a elas: sobre jovens, favelados, funkeiros, pretos, poetas, ativistas sociais, por exemplo, trazendo a luz da discussão para nosso campo. Não é raro encontrar no Brasil, por exemplo, extensa produção midiática que aponta para a construção de um imaginário que privilegia a marginalidade e o banditismo quando se fala nos indivíduos de favelas e periferias⁹⁹. Porém, é preciso admitir que, ao longo

⁹⁹ Cf.: Alvim e Paim, 2000.

dos últimos anos, as experiências de representação destes espaços e de seus cidadãos vêm mudando pelo fato de os próprios moradores das comunidades participarem como atores, produtores e/ou diretores (MAIA, 2015).

Existe um repertório que antes era estritamente acadêmico e hoje está disseminado na sociedade, motivando produções que vão ocupar canais alternativos de divulgação, tendo inclusive a internet como meio potencial de disseminação. Os participantes desta investigação são, inclusive, exemplo desta leva que domina minimamente a linguagem técnica audiovisual e produz conteúdo propondo, inclusive, um olhar próprio sobre si. Portanto, há uma disputa política e também estética e visual sobre os mecanismos de representação. De alguma forma, estes produtores integrantes das comunidades populares são imbuídos da esperança de encontrar recursos capazes de desarticular discriminações – ao menos no recorte de nosso campo de pesquisa. É o que buscamos em suas práticas de comunicação.

Entretanto, não negligenciamos o alerta de Ella Shohat e Robert Stam (2006) para quem a questão crucial em torno de imagens preconcebidas e que se estabelecem como modelos no imaginário popular – os estereótipos – diz respeito ao fato de que grupos historicamente marginalizados normalmente não têm controle sobre sua própria representação. Mesmo quando têm uma possibilidade de autorrepresentação, acabariam por ceder a imagens construídas em torno deles pelos “Outros” e difundidas pelos meios de comunicação de um modo geral (MAIA, 2015). O que estaria em jogo neste contexto não é a proposição apenas de fidelidade a uma verdade ou realidade preexistente, mas a “orquestração de discursos ideológicos e perspectivas coletivas” (SHOHAT; STAM, 2006, p. 265).

Os estudiosos apontam para uma hipersensibilidade provocada pelo uso destas imagens previamente construídas, tendo origem nos fardos de representação. Assim, refletir sobre as representações de minorias, como a juventude favelada do passinho no Rio ou os jovens poetas e ativistas “pretos” de Nola, nos auxilia, entre outros, a “assinalar a funcionalidade social dos estereótipos, demonstrando que eles não constituem erros de percepção, mas uma forma de controle social” (SHOHAT; STAM, 2006, p. 289).

Ella Shohat e Robert Stam também nos oferecem importantes contribuições para entendermos que uma voz que ganha centralidade em uma

narrativa fílmica, por exemplo – porque eles analisam o campo audiovisual –, dificilmente será somente uma voz. Mesmo individual, uma voz é a soma de discursos, uma polifonia de vozes, que consiste na criação de um arranjo textual onde a sonoridade de determinado grupo pode ser ouvida com força e ressonância. Assim, a disputa que emerge neste panorama não se resume unicamente ao pluralismo, mas ao conjunto múltiplo de vozes, em uma abordagem que procura cultivar e colocar em relevo diferenças culturais enquanto suprime desigualdades sociais. Caminho bom para pensar as vozes presentes em uma dança, em uma poesia, em uma fotografia... Práticas de nosso campo.

Por fim, ao menos por ora, nesta reflexão sobre representações, temos que o ato de representar – situações, lugares, objetos e, principalmente, pessoas – é também o feito de atribuir visibilidade, sob algum aspecto – positivo ou negativo. Visibilidade é a terceira sustentação do tripé desta tese e sobre a qual passamos a discorrer.

3.3

Visibilidade e reconhecimento: a convocação do olhar do outro

Meu sonho é ser reconhecido. Reconhecido, mas não só pelo mundo funk. Reconhecido lá fora.

Baianinho, passista em depoimento no documentário *A Batalha do Passinho – O Filme (2012)*

Eu vendo os muleke duelando na rodinha e o baile todo olhando, eu passei a me interessar por aquilo. Eu ficava falando: “Pô, eu também quero tá na rodinha ali, eu também quero que todo mundo me olhe”.

Breguete, em entrevista do *Dream Team* do Passinho ao *Discoreografia – Música, Dança e Blá, Blá, Blá*¹⁰⁰

O passinho pra mim é minha vida. Antes “deu” dançar, lá onde que eu moro, ninguém me dava atenção. Eu ia pra escola, todo mundo tinha amigo e eu não tinha. E, quando eu comecei a dançar, todo mundo queria ser meu amigo e começaram a me respeitar.

PQD Mega Dancy, dançarino da Expo Passinho Carioca

O clima daquela final era simplesmente contagiante. Depois de um dia inteiro de batalhas, o público ali presente não apresentava sinais de cansaço. Ao contrário, parecia ter guardado toda a energia para os confrontos de passinho. Gritos e palmas alternados a olhares atentos voltados para Luiz Paulo e Juninho. Eles executavam suas performances. Um de cada vez. Explorando a flexibilidade corporal a fim de conquistar os aplausos da torcida e, quem sabe, também o juiz.

¹⁰⁰ Programa de web-rádio com apresentação de Elisabete Finger. Realização Itaú Cultural e Ministério da Cultura. Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=FOngi0BW1iQ>. Acesso em 15/12/2016.

Luiz Paulo abusava dos movimentos na batida exata da música, desafiando as articulações do próprio corpo. Porém, foi Juninho que caiu nas graças da plateia. Encenava, mais que dançava. Imitou um cão pelo tablado e simulou urinar no adversário. Aspirou seu oponente e fingiu fumá-lo, soltando-o pelos ares, com o tom de provocação que também faz parte do rito dos duelos... Juninho estava em casa. No Cantagalo. A “sua” favela. A galera no Brizolão estava com ele. E o juiz, C., também daquela comunidade, deve ter percebido isso. Em sua última exibição, Juninho tirou a blusa, rebolou e... Minutos depois, levou o troféu de campeão e R\$1.500,00 em dinheiro. Os adolescentes e as crianças presentes foram à loucura! Mesmo! Todos pularam, invadindo o tablado e aclamando o vencedor. Era como se aquele prêmio fosse também um pouquinho de cada um. De cada um daqueles meninos e meninas do Cantagalo. Agora, reconhecidos. Por seu talento, por sua dança, pelo passinho. Em meio à confusão, tentei falar com Juninho. Aproximei, expliquei rapidamente que era pesquisadora e pedi o telefone do recém-herói para posterior contato. No meio da euforia, destacou-se uma voz ao lado do dançarino: “Passa logo seu número pra ela. Quem sabe ela consegue te botar pra fora?!”. Arregalei os olhos, surpresa e intrigada com o que acabara de ouvir. Um adolescente, que deve estar na mesma faixa etária de Juninho, sacudia o braço do vencedor, estimulando-o a atender logo o meu pedido. Outras crianças e adolescentes pulavam em volta. Juninho ditou o número do telefone. Registrei, agradei e afastei-me. Aquele era o momento dele de rei. E eu precisava pensar sobre o significado de tudo aquilo que tinha visto e vivido...

101

Final da batalha de passinho no III Favela em Dança

O passinho foi a dança urbana que surgiu na favela. Ali é o berço. As crianças não veem o cara dançando *hip-hop* na rua. Mas vê o cara escutando *funk*, dançando passinho o dia inteiro, sabe? É uma coisa que eles têm uma relação de proximidade muito grande. Aquela final foi incrível! O passinho é a modalidade que mais tem criança e a galera que de fato dança por paixão, não dança só por técnica. Dança porque tem aquilo dentro de si. (...) Hoje o cara não só enxerga [o passinho] como uma forma dele se inserir na sociedade, como quem diz: “olha o que eu sei fazer”, como também tem gente ganhando dinheiro com isso, sabe? O *Dream Team* do Passinho é uma referência muito grande que isso dá certo. As batalhas do passinho [são um exemplo] de como trazer fama pra essa galera. Então, assim, o jovem de favela nunca esteve tão em alta, visualizado como a gente vê agora com a chegada do passinho. Antes o jovem de favela no máximo aparecia porque ele era um bom jogador de futebol, ou porque ele era lutador ou porque ele foi preso. Hoje em dia tem o passinho aí pra mostrar esta galera da favela. (...) O Favela em Dança vem para isso também. Para fazer ter outra perspectiva da favela. Vamos ver o outro lado da favela.

Lucas Santos, cofundador do Favela em Dança

Desde aquela batalha de passinho, na Favela Cantagalo, algumas discussões assumiram posição imperativa nesta investigação. “Visibilidade” sempre foi uma questão íntima aos objetivos deste estudo, mas a experiência em campo apontou para seu caráter incontestado pela recorrência de situações e discursos que sempre traziam à tona, por parte dos sujeitos, o desejo de ser olhado, visto, respeitado, reconhecido. Além da nota de campo, as falas que abrem

¹⁰¹ Nota registrada no dia 20 de março de 2016. Rio de Janeiro, Brasil.

este subcapítulo também expressam o clamor compartilhado pelos favelados – via dança do passinho como estratégia de visibilidade.

Em Nova Orleans, esta demanda por aceitação também foi notada, por exemplo, nas sublinhas de poesias, como neste trecho proclamado por um jovem durante sessão do Noyom, em novembro de 2015:

Eu sou o poder e o poder para mover o crescimento de outro ideal para guiar o não guiado
 Eu não sou a coluna de fogo em um dia nublado
 Eu sou o orgulho de ser aquele que assiste à liberdade, com ênfase de amor e detalhes mais profundos que o homem pode ouvir, a luta e os sons da vida em ouro, mas...
 Eu sou negro e eu sou americano.¹⁰²

O que estaria por trás do anseio por visibilidade nestas produções que congregam arte e criatividade juvenil? Seria uma busca cada vez mais estética por um reconhecimento nos moldes do que aponta Gilles Lipovetsky (1983, p. 67): “É menos a classificação social que está em jogo do que o desejo de agradar, de seduzir e, durante o máximo de tempo possível; o desejo também de ser ouvido, aceito, tranquilizado, amado”? Seriam táticas de participação e inserção já que, “quando socialmente invisível, a maior fome do ser humano é a fome de acolhimento, afeto e reconhecimento”, como defende Luiz Eduardo Soares (2005, p. 285)? Há de se considerar, ainda, que tais desejos de amor, aceitação, acolhimento e afeto demandam a sujeição, a aprovação de um outro, um olhar externo ao sujeito, mas sem o qual o indivíduo se sentiria incompleto.

A fim de organizar esta reflexão, começo pelo caminho do reconhecimento. E, para esta trilha, sigo o pensamento de Nancy Fraser (2006, 2007). Ao lado da ideia de redistribuição, a filósofa discute reconhecimento como concepções que dividem hoje as forças da política progressista. A redistribuição contemplaria a alocação mais justa de recursos e bens, enquanto o reconhecimento primaria por uma sociedade amigável às diferenças, buscando a reconhecimento das distintas perspectivas das minorias étnicas, raciais, sexuais e diferença de gênero. Porém, segundo Fraser, há uma relação tensa entre ambos os lados, sendo as lutas por reconhecimento muitas vezes dissociadas das lutas por redistribuição – o que,

¹⁰²Tradução livre do original: “*I am the power and the power for moving the raise of another ideal to guide the unguided. / I am not the pillar of fire in a cloudy day / I am the pride to be the one who watch freedom with love emphasis and deeper detail that man may listen to the strive and the sounds of life in gold but / I am negro and I am American.*”

em verdade, ilustra um contexto maior: a apregoada divisão entre a política cultural e a política social, a política da diferença e a política da igualdade. Haveria, ainda, uma polarização entre defensores de cada uma das linhas. Proponentes da redistribuição acusam o reconhecimento de “falsa consciência”, um obstáculo para o alcance da justiça social. E proponentes do reconhecimento dizem que políticas redistributivas não desafiam as experiências de injustiça. Mas, para Fraser, pensar em escolher entre um e outro lado é uma falsa antítese.

Não é objetivo, aqui, entrar no mérito da polarização reconhecimento *x* redistribuição, apesar de admitirmos a pertinência do debate. Nosso foco é pensar o reconhecimento em si. Mas, para isso, será preciso avançar um pouco mais na dicotomia apresentada por Fraser para entendermos a noção por ela proposta. Então, continuemos: segundo a autora, é preciso integrar redistribuição e reconhecimento, mesmo sendo essa uma tarefa espinhosa. É envolver-se em nexos de difíceis questões da Filosofia, podendo ser acusada de “esquizofrenia filosófica” qualquer pessoa que deseje endossar reivindicações dos dois tipos, pelo fato de redistribuição pertencer à moralidade e o reconhecimento, à ética. Fraser desafia exatamente a ideia de incompatibilidade, tratando a reivindicação por reconhecimento como reivindicação por justiça, em uma perspectiva ampla de justiça.

Para desenvolver sua tese, a estudiosa apresenta e critica a identidade como modelo padrão de reconhecimento. Isso porque, por esta via, o reconhecimento está ligado à identidade cultural específica de um grupo. A depreciação de tal identidade pela cultura dominante e consequente dano à subjetividade dos membros consistiriam, então, no não reconhecimento.

Reparar esse dano significa reivindicar “reconhecimento”. Isso, por sua vez, requer que os membros do grupo se unam a fim de remodelar sua identidade coletiva, por meio da criação de uma cultura própria auto-afirmativa. Desse modo, no modelo de reconhecimento da identidade, a política de reconhecimento significa “política de identidade” (FRASER, 2007, p.106).

Ao conceber o não reconhecimento como um dano à identidade, este modelo realçaria a estrutura psíquica em detrimento das instituições sociais e da interação social, sendo por isso considerado por Fraser como extremamente problemático, agravando riscos ao posicionar a identidade de grupo como o objeto do reconhecimento. Nestes contextos, Nancy alerta que o resultado pode ser a

sobreposição de uma identidade de grupo simplificada “que nega a complexidade das vidas dos indivíduos, a multiplicidade de suas identificações e as interseções de suas várias afiliações” (FRASER, 2007, p.107).

Além disso, o modelo reifica a cultura. Ignorando as interações transculturais, ele trata as culturas como profundamente definidas, separadas e não interativas, como se fosse óbvio onde uma termina e a outra começa. Como resultado, ele tende a promover o separatismo e a enclausurar os grupos ao invés de fomentar interações entre eles. Ademais, ao negar a heterogeneidade interna, o modelo de identidade obscurece as disputas, *dentro* dos grupos sociais, por autoridade para representá-los, assim como por poder. Consequentemente, isso encobre o poder das facções dominantes e reforça a dominação interna. Então, em geral, o modelo da identidade aproxima-se muito facilmente de formas repressivas do comunitarismo (FRASER, 2007, p.107).

Isso posto, a proposta de Nancy é tratar o reconhecimento como uma questão de *status social*¹⁰³. Pois, nesta perspectiva – que a autora chama de modelo de *status* –, é a condição dos sujeitos como parceiros integrais na interação social que demandaria reconhecimento, e não a identidade específica de um grupo. Desta forma, o não reconhecimento não estaria associado a demérito da identidade do grupo, mas indicaria subordinação social, ou seja, a privação do indivíduo de participar como um igual na sociedade. O não reconhecimento se revelaria em ocorrências nas quais as instituições estruturam a interação de acordo com normas culturais que impedem a paridade de participação. Um exemplo desta situação citado por Fraser são as práticas de policiamento, tais como a “categorização racial”, que associa pessoas de determinada raça com a criminalidade (e aqui lembramos os relatos dos jovens da Expo Passinho Carioca sobre serem rotineiramente interpelados pela polícia).

A reparação de injustiças neste modelo proposto por Fraser tomaria forma em políticas que visassem superar, então, a subordinação social, transformando o sujeito falsamente reconhecido em um membro integral na sociedade:

Entender o reconhecimento como uma questão de *status* significa examinar os padrões institucionalizados de valoração cultural em função de seus efeitos sobre a posição relativa dos atores sociais. Se e quando tais padrões constituem os atores como *parceiros*, capazes de participar como iguais, com os outros membros, na vida social, aí nós podemos falar de *reconhecimento recíproco e igualdade de status*. Quando, ao contrário, os padrões institucionalizados de valoração cultural constituem alguns atores como inferiores, excluídos, completamente “os outros” ou simplesmente invisíveis, ou seja, como menos do

¹⁰³ Grifo da autora.

que parceiros integrais na interação social, então nós podemos falar de *não reconhecimento e subordinação de status* (FRASER, 2007, p.108).

Segundo Fraser, há teóricos que interpretam a questão do não reconhecimento em termos de uma subjetividade prejudicada e uma autoidentidade danificada, como Charles Taylor (1994) e Axel Honneth (1992). Para estes dois, o reconhecimento é também uma questão de ética, um impedimento à capacidade do sujeito de alcançar a boa vida, explica Fraser (2007, p.111). Porém, diferentemente de Taylor e Honneth, Nancy Fraser delimita o reconhecimento como uma questão de justiça, pois, para ela, é inconcebível que seja negada a condição de igualdade (o que ela chama de parceiros integrais) na interação social a determinados indivíduos e grupos por estes estarem submissos a parâmetros institucionalizados “de cujas construções eles não participaram em condições de igualdade, e os quais depreciam as suas características distintivas ou as características distintivas que lhes são atribuídas” (FRASER, 2007, p.112).

Dito isso até aqui, colocamos nossa pesquisa sensível a, pelo menos, duas proposições de Fraser no que tange à ideia de reconhecimento: a primeira é pensar reconhecimento como uma questão de *status* social. Contextualizando esta concepção em nossa pesquisa, discutimos práticas de comunicação como via de alcançar status social, ou seja, reconhecimento. A segunda proposição é decorrente da primeira: o *status* social a ser galgado é, em essência, a paridade, a igualdade de participação dos sujeitos em suas interações. A demanda por reconhecimento, por *status* social entre os favelados no Rio (submetidos à marginalização dos centros de decisão e negação de proteções igualitárias pela associação a um território de exceção, também estigmatizado e excluído das esferas públicas) e entre os “pretos” em Nola (sujeitos a normas eurocêntricas que fazem com que as pessoas de cor pareçam inferiores ou desviantes) faz-se necessária por estes indivíduos compartilharem a perspectiva de interações reguladas por um modelo convencionalizado que constitui algumas categorias de atores sociais como normativas e outras como deficientes ou inferiores. Fraser (2007, p.108) exemplifica: “heterossexual é normal, *gay* é perverso; ‘famílias chefiadas por homens’ são corretas, ‘famílias chefiadas por mulheres’ não o são; ‘brancos’ obedecem à lei, ‘negros são perigosos’”.

O reconhecimento, na dinâmica de Fraser (2006, p.232), é o “remédio para

a injustiça cultural ou simbólica”¹⁰⁴, aquela fixada em padrões sociais de representação, interpretação e comunicação. Os exemplos de injustiça social abarcam a dominação cultural, a difamação ou desqualificação em representações estereotipadas e o ato de tornar sujeitos invisíveis. O pensamento de Fraser é profundo e destrincha as especificidades da dicotomia por ela apresentada, contrastando causas e efeitos concernentes ao seu campo de análise. Para nosso estudo, são os tópicos apresentados até aqui – obviamente, sem a pretensão de reduzir a construção de Fraser – os subsídios caros à nossa reflexão.

Neste ponto, então, resgatamos o papel das representações sociais e midiáticas em nossas interações cotidianas. Não por acaso, encerramos o subcapítulo anterior afirmando que o ato de representar é o efeito mesmo de conferir visibilidade. Acontece que, com os argumentos já apresentados, podemos depreender que, ao representar (dar visibilidade a) pessoas, situações, objetos e lugares sob determinados aspectos (modelados por padrões institucionalizados de valoração cultural, conforme Fraser), há o risco de, em essência, produzir uma das amostras de injustiça social – a invisibilidade.

Em outras palavras, para eliminar qualquer traço de contradição: dar visibilidade a aspectos restritos e vilipendiosos de sujeitos pretos, favelados (a fim de tornar familiar o não familiar, localizando em categorias), pode, ao fim, invisibilizar o indivíduo e seu grupo como um todo. Guardemos, por ora, esta perspectiva de reconhecimento como *status* social, remédio para injustiças advindas, por exemplo, da invisibilidade promovida por padrões sociais de representação e comunicação, como argumentado.

Partimos, então, para tratar desta tal visibilidade / invisibilidade. Em um comportamento primário de verificar o significado de visibilidade no Dicionário Michaelis (2008, p.915), encontramos: (1) qualidade de visível, (2) propriedade pela qual os corpos são percebidos pelo sentido da vista. Desta definição aparentemente simplória, surgem indagações talvez não tão fáceis de ser respondidas, pelo arcabouço cultural e social que envolvem: O que é visível a um

¹⁰⁴ Para complementar a discussão empreendida por Nancy Fraser: para injustiças econômicas, a solução deve ser alguma espécie de reestruturação político-econômica, à qual a autora chama de redistribuição. Há coletividades que Fraser chama de “bivalentes”, que precisam tanto do remédio “reconhecimento” quanto de “redistribuição”. “Gênero” e “raça” são paradigmas de coletividades bivalentes. Embora cada qual tenha peculiaridades não compartilhadas pela outra, ambas abarcam dimensões econômicas e dimensões cultural-valorativas. “Gênero” e “raça”, portanto, implicam tanto redistribuição quanto reconhecimento (FRASER, 2006, p.233).

indivíduo ou grupo? Que propriedades são elencadas a fim de tornar um corpo percebido a um olhar e outro não? De Luiz Eduardo Soares (2005, p.164) vem o aporte para decifrar tais questões: “a gente vê o que a cultura e a sociedade permitem que se veja”. O sociólogo desenvolve:

Essas operações não são racionais e conscientes. Ninguém planeja ver o que não via ou, por livre e espontânea vontade, num estalar de dedos, deixa de ver o que é incômodo ou impróprio. A gente simplesmente percebe ou deixa de perceber, de acordo com limites e pressões psicológicas, sociais e culturais. Nossa sensibilidade segue uma disciplina que está longe de ser apenas cognitiva: é também emotiva, psicológica, simbólica e valorativa (SOARES, 2005, p.164).

A qualidade do que é visível seria, assim, não restrita ao desejo de percepção do sujeito que olha, mas também dependente de condicionantes relacionados ao contexto sociocultural em que está inserido o indivíduo. Não ser visto, afirma Soares (2005, p.167), “significa não participar, não fazer parte, estar fora, tornar-se estranho”, pensamento congruente ao apontamento de Fraser quanto à negação de paridade de participação nas interações sociais. Não ser visto, no raciocínio que estamos propondo, é não ser reconhecido.

É ponto comum, também, que o processo de visibilidade é resultado de interações cotidianas, pois “ver” é “relacionar-se”, de tal maneira que, muitas vezes, o que será visível a cada indivíduo é a sua relação com aquilo que olha:

Em outras palavras, se este argumento fizer sentido, seria legítimo afirmar que a pessoa ou o objeto que se olha é também - além de ser objeto ou pessoa - um espelho para nosso espírito, nosso estado psicológico, nossa educação, valores, emoções, conhecimento, compromissos profissionais, responsabilidades sociais, posição na estrutura familiar, etc. Enfim, tudo aquilo que faz a gente ser o que é (SOARES, 2005, p. 172).

Isso significa que um corpo, um objeto, uma situação podem ser os mesmos, mas as relações entre quem olha e o que é observado são diferentes, sujeitas a um panorama histórico, social, cultural. “Nossa visão das coisas e das pessoas é carregada de expectativas e sentimentos, valores e crenças, compromissos e culpas, desejos e frustrações. (...) Sendo assim, o que seria não ver, sobretudo em certos contextos?”, indaga Soares (2005, p.173). Nós também questionamos: o que é não ver Baianinho, Breguete, PQD Mega Dancy e Juninho (citados na abertura desta seção) com suas respectivas qualidades e defeitos,

vivências, erros e acertos, medos e sonhos, características que os distinguem, tornando-os indivíduos? Neste caso, o não ver é não reconhecer e projetar sobre estes sujeitos uma marca, um sinal distintivo e depreciativo, anulando-os pelo retrato estereotipado a ser imposto e tornando-os apenas “visados” - na mira de policiais durante uma vistoria, por exemplo.

Como, em menos de duas linhas, define Soares (2005, p.175), “uma das formas mais eficientes de tornar alguém invisível é projetar sobre ele ou ela um estigma, um preconceito”. Como exemplo concreto que vem de nosso campo, recordemos os relatos dos jovens que se sentem hostilizados por sua recorrente associação a bandidos, pessoas perigosas contra as quais a sociedade precisa proteger-se (justificando, assim, a atuação policial sobre os favelados, por exemplo).

O nosso campo é congregado por juventudes que, por questões sociais, econômicas e também midiáticas – pois “a sugestão audiovisual, os meios de comunicação de massa, fazem milagres!”, como afirmou Felix Guattari (2008) – são tratadas recorrentemente como desviantes, *outsiders* (BECKER, 2008), identificadas e rotuladas por sua localização na cidade, pelo vestuário e “dialeto”, e ainda por características físicas e raciais. Construções infiltradas e naturalizadas no tecido social por um efeito, inclusive, de representações – sociais e midiáticas.

O preconceito provoca invisibilidade na medida em que projeta sobre a pessoa um estigma que a anula, a esmaga e a substitui por uma imagem caricata, que nada tem a ver com ela, mas expressa bem as limitações internas de quem projeta o preconceito. Por isso, seria possível dizer que o preconceito fala mais de quem o sofre, ainda que, por vezes, sofrê-lo deixa marcas. (...) Outra forma da invisibilidade é aquela causada pela indiferença. (...) Também por conta de nossa negligência, muitos jovens pobres, especialmente os negros, transitam invisíveis pelas grandes cidades brasileiras (SOARES, 2005, p.176).

E transitam por territórios norte-americanos, também. Rememoro a experiência de caminhar pela região central de Nova Orleans, próxima ao famoso Quarteirão Francês, reduto de turistas de toda parte do mundo, e também do centro financeiro da cidade. A concentração de pedintes, majoritariamente negros, entre os quais uma parcela de jovens, todos invisíveis ao vai e vem cotidiano, saltava aos olhos. A cidade do *jazz* e do *blues*, envolta em *parades*¹⁰⁵ o ano inteiro, parecia

¹⁰⁵ Conforme explicamos no Capítulo 2, são desfiles. Toda data comemorativa é celebrada com uma *parade*, um desfile por ruas da cidade com carros ornamentados, pessoas fantasiadas, bandas de música. No período

ensurdecer-se com o alvoroço das festas ao ponto de também emudecer-se e tornar-se cega a seus cidadãos agonizando em cada esquina. E, no contexto de Nola, torna-se bem instigante pensar a invisibilidade de um grupo racial que, de fato, é numericamente maior na cidade. Compreendemos, pelas considerações de Soares, que, socialmente, visibilidade e invisibilidade são formas moldadas pelo treinamento dado pela conjuntura social ao olhar de quem observa.

Para agregar a esta explanação, também evocamos os *outsiders* de Howard Becker (2008), os sujeitos tidos como “desviantes” em sua sociedade. O sociólogo parte da ideia de desvio como o “produto de uma transação que tem lugar entre algum grupo social e alguém que é visto por esse grupo como infrator de uma regra” (BECKER, 2008, p.22). Conforme o pesquisador, o grau de desvio de um ato dependerá de quem o comete e de quem se sente prejudicado por ele. Para ilustrar, Becker (2008, p.25) utiliza um exemplo pertinente à nossa discussão, referindo-se a estudos de delinquência juvenil: “Meninos de áreas de classe média, quando detidos, não chegam tão longe no processo legal como os meninos de bairros miseráveis. (...) De maneira semelhante, a lei é diferencialmente aplicada a negros e brancos”.

Há ainda de se considerar que o desvio envolve a reação de outra(s) pessoa(s) a dado comportamento, não sendo um processo simples. O que é desvio em um momento pode não o ser em outro. O desviante é alguém a quem este rótulo foi conferido com sucesso, de acordo com Becker, e o comportamento desviante é aquele que as pessoas vão batizar como tal. Seriam, então, os jovens pretos e favelados deste estudo *outsiders* nos moldes sugeridos por Howard. As representações destes sujeitos colaborariam, em muitos momentos, por reforçar estes indivíduos como desviantes, tornando-os, ao mesmo tempo, invisíveis. Parafraseando Luiz Eduardo Soares (2005, p.188), quando visibilidade é um simples sinal de suspeita, uma marca de desvio, um estigma, ela é o outro lado da invisibilidade e apenas tonifica seus efeitos.

Haveria, então, um caminho para atrair o olhar (livre de suspeitas) do outro? Ou, ainda, uma rota para impor-se no campo de visão e, assim, dar-se a ver, forçando um reconhecimento nos moldes que vimos discutindo aqui (de *status* social, igualdade, aceitação)? Carlos Alberto Messeder Pereira (2005)

de minha residência em Nova Orleans, vi *parades* de *Labor Day* (Dia do Trabalho, em setembro), *Halloween* (outubro), *Thanksgiving* (novembro), *Christmas* (dezembro), *Mardi Gra* (Carnaval), etc.

fornece-nos uma pista ao jogar luz sobre os processos de “ver” e “exibir” enquanto constituintes vitais do ambiente hodierno. Ao discutir a cultura contemporânea do corpo, o autor chama a atenção para o despojamento com que a vida alheia é hoje exposta e torneada pela retórica do espetáculo. Passando pela estrutura da mídia, muitos indivíduos teriam aí encontrado um terreno potencial de intensa visibilidade, espaço de referencialidade identitária e “matriz de linguagem capaz de impactar inúmeros outros campos comunicacionais e estilos de vida” (PEREIRA, 2005, p. 64). A TV e a internet, em especial, destacar-se-iam neste campo que chamaremos de visibilidade midiática.

Em ensaio sobre a exibição da intimidade na internet, Paula Sibilia (2008) analisa a contemporaneidade como um período no qual “cabe à tela, ou à mera visibilidade, a capacidade de conceder um brilho extraordinário à vida comum recriada no rutilante espaço midiático” (SIBILIA, 2008, p.240). Diante disso, os discursos na mídia não se cansariam de repetir que qualquer um pode ser famoso, apenas por ter conquistado algum tipo de repercussão da imagem de si. Pois, afirma Sibilia (2008, p.249), “os meios de comunicação prometem o acesso à fama para qualquer um que assim o desejar, que esteja disposto a batalhar um pouco por isso e, também, que tenha sua boa dose de sorte”.

À nossa análise, a aclamação pública seria o fim do *status* conferido por uma visibilidade midiática “positiva” – aquela conferida por aspectos de criatividade, talento, feitos heroicos, beleza, entre outros, do sujeito alvo da mirada alheia (pois, bem entendido, aspectos negativos de um ser ou situação também podem ganhar visibilidade). Aqui o reconhecimento advindo da visibilidade midiática é contemplado pela “suposta singularização que a exposição pública da imagem de si granjearia” (COELHO, 1999, p. 32). Ora, tornar-se visível nas mídias, tornar-se famoso é, de alguma forma, reaver as particularidades de si apagadas pelos estigmas e, também, por representações moldadas por padrões institucionalizados de valoração cultural – perceba o leitor que agora já buscamos alinhar todas as ideias discutidas neste subcapítulo para traçar a nossa linha teórica.

A visibilidade midiática seria uma forma de convocação do olhar do outro, pôr-se no campo de visão. Em última instância, via para a busca de individualização que assume um caráter mais efêmero com a fama na contemporaneidade. A fama, enquanto fenômeno complexo e característico das

sociedades modernas, estaria ligada a valores como honra e glória, refletindo “um desejo de singularização para a posteridade, em oposição ao destino dos homens comuns, fadados ao anonimato e ao esquecimento” (PEREIRA; MAIA; AZEVEDO, 2015, p.215). Não raro, percebemos no campo com os sujeitos do passinho comportamentos que “convocam o olhar do outro” o tempo todo, a fim, mesmo, de ser visto, ainda que seja na velocidade de um instante de luz virtual.

Lembro-me de Thiago, da Expo Passinho Carioca, relatando que, quando uma postagem é feita no *Facebook*, por exemplo, divulgando um vídeo do dançarino “amassando¹⁰⁶”, o ato de marcar dezenas de amigos (que talvez necessariamente nem se interessem ou tenham conexão com o vídeo) é executado a fim de que mais pessoas vejam aquela publicação. “Porque vai ficar no perfil e na *timeline* de mais gente”, justificou. Acompanhando os perfis dos passistas em redes sociais digitais, foi possível confirmar tal postura. São postagens de *selfies* e vídeos, muitas vezes evidenciando a própria intimidade (SIBILIA, 2008), desejosos mesmo da admiração alheia. É uma busca de legitimação pelo olhar de outrem, como reconhecimento de algum tipo de singularidade.

O relato de Thiago, particularmente, é interessante porque evidencia, também, canais alternativos para visibilidade midiática se a TV ainda é realidade de exposição-exibição para um grupo reduzido. O sujeito invisível socialmente pode agora valer-se das potencialidades das crescentes tecnologias de interação, colocando-se à mercê de vistas atentas ou não. As imagens autorreferentes que circulam nos espaços interativos da internet teriam como meta prioritária “permitir que seus autores se tornem celebridades, ou personagens decalcados nos padrões midiáticos”, como indica Sibilial (2008, p.233).

Tal comportamento recorrentemente observado entre os jovens do nosso campo seria indicativo de uma busca por privilégios advindos da fama, tal como relata Maria Cláudia Coelho (1999, p.101):

A fama, assim, parece executar uma dupla operação. Em um primeiro momento, retira o indivíduo da sua condição anônima, singularizando-o em meio à massa de indivíduos iguais. Essa possibilidade de distinguir-se, contudo, não se esgota em si mesma, permitindo, se bem utilizada, a obtenção de privilégios que, numa sociedade marcada por uma ideologia relacional e hierarquizante como a brasileira, conforme assinalou DaMatta (1979), são reservados às pessoas.

¹⁰⁶ Gíria indicativa de que o passista dança bem, se destaca: Ele “amassa” no passinho. Pode ser interpretada também como desbançar adversários em duelos, “amassando-o”, “pisando-o”, por dançar melhor.

Ousamos afirmar, por estas concepções, que a fama seria, então, uma forma exagerada de ser indivíduo, cidadão, pelo privilégio do *status* social que é capaz de conferir. Por cidadão compreendemos o sujeito em condição plena de exercício de seus deveres e direitos civis (a garantia de dispor do próprio corpo), sociais (que dizem respeito ao atendimento das necessidades humanas básicas) e políticos (relacionados à deliberação do homem e da mulher sobre suas vidas e à convivência com outros em organismos de representação direta ou indireta), conforme Maria de Lourdes Manzini-Covre (2001).

Em outros termos, por cidadão concebemos o reconhecimento, por exemplo, da garantia de livre locomoção (para favelados do passinho, a circulação pela cidade pode ser interceptada por “órgãos de segurança”), direito a habitação digna (o próprio surgimento das favelas remonta, entre outros, à falta de uma política habitacional adequada) e a participação em igualdade de condições em instituições representativas e deliberativas sobre a vida em sociedade.

Complementarmente, se por condição de cidadão entendemos a paridade de participação dos atores em suas interações sociais (FRASER, 2006; 2007), fechamos, então, o traçado teórico que queremos propor para pensar visibilidade no contexto desta tese. Para tal, propomos o seguinte esquema na Figura 22:

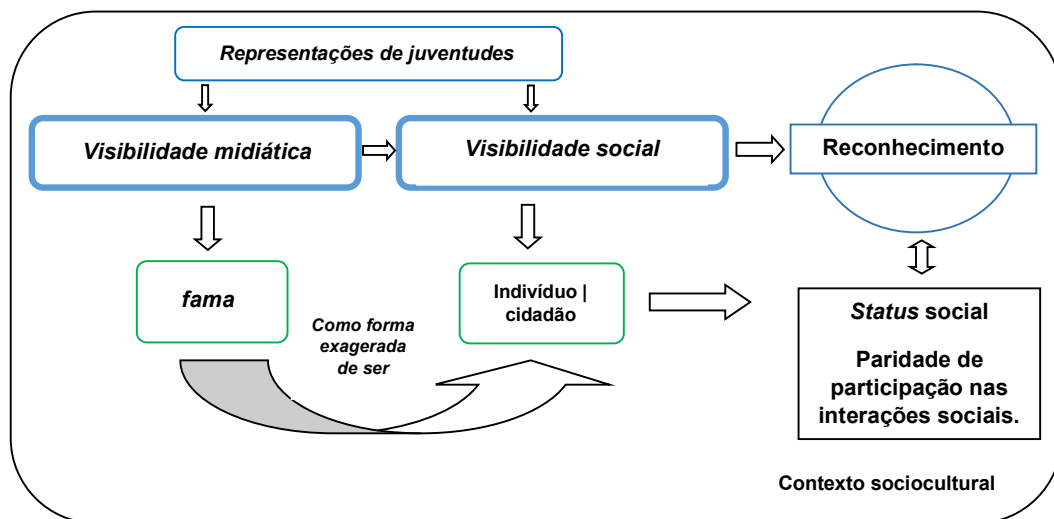


Figura 22: Esquema para pensar representações de juventudes, visibilidade e reconhecimento | Por: Aline Maia

Se nossa proposta faz sentido, o que buscamos ilustrar é que visibilidade midiática e visibilidade social são (1) produzidas em dado contexto sociocultural e

são resultado de representações¹⁰⁷, suscetíveis aos valores da sociedade. (2) Se, na primeira, a fama é o resultado mais imediato a ser obtido – em uma perspectiva de representações e visibilidades positivas –, ainda assim, poderá levar para o produto da segunda, o reconhecimento do indivíduo, do cidadão que goza de direitos e assume deveres; em outras palavras, (3) em ambos os casos, de alguma forma, o fim é o anseio por singularização, por reaver aspectos particulares de ser humano, ofuscados ou mesmo eliminados por estigmas e construções hegemônicas do contexto sociocultural. Sair da invisibilidade, ou buscar visibilidade, é reivindicar reconhecimento: *status* social, igualdade nas interações a despeito de qualquer força que possa agir de forma contrária.

Não é nosso intuito, com este esquema, simplificar os conceitos. Mas delimitar a linha teórica à qual nos referimos quando utilizamos o termo “visibilidade” neste trabalho. O que chamamos de estratégias de visibilidade são, ao cabo, táticas que visam reconhecimento, buscam *status* social, mecanismos adotados por grupos e/ou indivíduos a fim de convocar o olhar do outro para alcançar igualdade de participação em suas interações. Ou simplesmente a fama.... Assimilada como uma forma exagerada de ser indivíduo, já que, como constataram Micael Herschmann e Carlos Alberto Messeder Pereira (2005, p. 13):

em países como o Brasil, marcados por desigualdades e exclusão social, a possibilidade de se tornar famoso (mesmo que de forma efêmera) representa, para as camadas menos privilegiadas da população, a obtenção, mesmo que temporária, da condição de cidadão.

Ora, faz-se agora pertinente completar que “ser cidadão” estará relacionado também a práticas sociais e culturais que dão sentido de pertencimento às pessoas, como discute Néstor García Canclini (2010, p.37): “Implica tanto reivindicar os direitos de aceder e pertencer ao sistema sociopolítico como o direito de participar na reelaboração do sistema, definindo, portanto, aquilo de que queremos fazer parte”.

Retomando as falas e a nota de campo que abrem este subcapítulo, encontramos em comum entre os sujeitos o desejo por reconhecimento e os benefícios adquiridos ao atingir tal *status*. Observamos que, para o passista Baianinho, “ser reconhecido lá fora” e “não apenas no mundo *funk*” ilustra

¹⁰⁷ Em nosso contexto, representações de juventudes; considerando que os jovens estão no centro de nossa cultura moderno-contemporânea capitalista.

exatamente a perspectiva de anseio por igualdade na totalidade de suas interações, não só naquelas entre os colegas dançarinos. Apesar de que, para outros participantes, como PQD Mega Dancy, da Expo Passinho Carioca, o *status* social adquirido com a visibilidade em sua própria comunidade já foi suficiente para que ele se sentisse reconhecido. Para Juninho, campeão da batalha de passinho no Cantagalo em 2016, a fama com a vitória também seria oportunidade de ser colocado “pra fora” da favela, e interpretamos este “fora” como estar livre do peso do estigma da marginalização: ser aceito – reconhecido – para além do morro.

Recordo também o dia em que fui até a casa do dançarino Cebolinha, na Favela do Urubu, na Zona Norte do Rio de Janeiro, para entrevistá-lo pela segunda vez. Como já apresentei, Cebolinha foi um dos primeiros assistas a despontar nas comunidades cariocas. Participou de programas de TV, viajou para a Europa e para os Estados Unidos em função da dança e, por estas vivências, obteve significativa visibilidade midiática.

Ao passar-me as indicações sobre como chegar à sua residência, Cebolinha limitou-se a informar o número do ônibus e o ponto de descida. Depois, segundo ele, bastava eu pedir a qualquer mototáxi para levar-me até seu “barraco”. David (que praticamente desempenhou generosamente – sem que eu pedisse – o papel de auxiliar de pesquisa) acompanhava-me. Seguimos as coordenadas de Cebolinha, mas decidimos não usar o serviço de mototáxi. Porém, ainda assim, dirigimo-nos a um ponto para pedir informações:

Era tarde de sábado. A avenida onde descemos, a Dom Hélder Câmara, estava bem movimentada. No ponto de mototáxi, em uma via à direita, estavam dois homens, aparentemente na faixa dos 40 anos. Perguntamos sobre o endereço de Cebolinha. Eles franziram a testa. Expliquei tratar-se de um dançarino de passinho. Eles continuaram com expressão de dúvida, até que um deles questionou: “Um alto e magrelo?”. Respondemos que sim. O outro sujeito interferiu: “Um que ‘tá’ nos programa de televisão de vez em quando”? Novamente concordamos. Ele, então, deu as orientações. Tínhamos que subir o morro até o fim, naquela rua mesmo e, depois, virar à esquerda. Alertou que a subida era bem “puxada”. Mas que poderíamos seguir sem medo, pois não havia “boca” ou outro “perigo” no caminho. Ele também sugeriu que perguntássemos novamente sobre Cebolinha quando chegássemos ao alto. Agradei e, junto com David, iniciei a subida. Passo a passo sob o sol quente, pensando no “detalhe” que fez o motociclista lembrar-se de Cebolinha...

Já no ponto mais alto da rua, avistamos um homem e um adolescente lavando um carro na porta de casa. Fomos até eles pedir, novamente, informação. Mais uma vez, parecia que eu estava brincando de um jogo de adivinhação. Falei “Cebolinha” e eles não reconheceram. Expliquei sobre o passinho e tal... O mais

velho perguntou se eu procurava por “Jefferson”, eu respondi afirmativamente (este é o nome de batismo de Cebolinha). Ele retrucou, como quem quer ter certeza de que acertou, indagando se era “um que aparece na Globo”. Eu disse sim, a esta altura, já extasiada com os modos de identificação do interlocutor que eu buscava naquela comunidade: o Cebolinha, que é o Jefferson, “que aparece na Globo”, “que tá nos programa de televisão”...¹⁰⁸

Particularmente, para efeitos desta pesquisa, julguei revelador o que ocorreu no meu percurso até a casa de Cebolinha. Isso porque a experiência em ouvir as maneiras de identificação do passista na comunidade materializou o efeito mais imediato da visibilidade midiática: aquele “que tá nos programa de televisão” foi lembrado, destacado da invisibilidade, individualizado, reconhecido – o Cebolinha, o Jefferson. Como apontamos em nosso esquema (Figura 22, na página 136), a fama de Cebolinha não é o fim, em si, da busca por visibilidade. Mas um caminho que pode levar a um tipo de reconhecimento, tal qual invocado repetidas vezes no discurso de tantos outros passistas, de diferentes favelas:

Juninho – Eu passo aqui no Cantagalo as pessoa tudo fala: “A lá... Juninho... Venceu a batalha, campeão, o melhor...”

C. – Às vezes eu passo, tô indo pra um lugar, a pessoa: “Para aí! Vamos tirar uma foto”. Já dei autógrafo na rua.... Eu gosto, é maneiro.

Obviamente, não queremos firmar um discurso ingênuo e temos ciência de que o caminho é bem longo se o objetivo é tocar disparidades ilegítimas entre as oportunidades conferidas aos atores sociais do campo. Mas, enquanto não há uma transformação abrangente de padrões sociais de representação, interpretação e comunicação, de modo a alterar o sentido do “eu” de todas as pessoas – solução esta para o reconhecimento dos indivíduos como remédio à injustiça social, segundo Fraser (2006; 2007) –, voltamos nossa atenção para iniciativas pontuais: as práticas de comunicação elencadas para esta pesquisa.

Do Rio para Nola também identificamos anseios de um tipo de convocação de *status* social. O Blog *Noirlinians* é uma interface que intima o olhar do outro para as experiências de suas autoras: ser mulher africana vivendo nos Estados Unidos, como ressaltou Mwendé. Ela ainda pontuou que os encontros de poesia proporcionados pelo Noyom seriam um caminho para ensinar adolescentes sobre

¹⁰⁸ Nota registrada no dia 23 de julho de 2016. Rio de Janeiro, Brasil.

como reivindicar seu lugar na sociedade, a começar pelo reconhecimento de sua própria potencialidade:

Os adolescentes gostam de ser encorajados, de deixar sair a negatividade, de acreditar que podem fazer algo. Esses lugares [eventos de poesia] foram criados para que eles possam fazer algo. Eles ficam surpresos dizendo: "O quê? Quem eu sou já me qualifica como uma pessoa? É suficiente?" Eu digo: "Sim! Você tem um papel a desempenhar e você é suficiente". Então vamos motivá-los! Eles são tão estranhos a isso. Eu lembro de mim mesma, quando participei pela primeira vez... (...) Descobri que não só a minha voz, mas o meu corpo poderia realizar coisas.

É preciso buscar remédios culturais, retomando Nancy Fraser (2006; 2007), que valorizem a especificidade de coletividades desprezadas. Uma dose de solução pode estar nas iniciativas dos próprios sujeitos juvenis participantes desta pesquisa. Se encerramos o subcapítulo anterior afirmando que representar é dar visibilidade, indagamos, então: Como os jovens do nosso campo, rejeitando representações sociais e midiáticas, produzem autorrepresentação a fim de conquistar reconhecimento, *status* social, paridade de participação em suas interações? É o quesito central de nosso próximo capítulo.