

3.

Modernidade: a condição para a invenção da juventude

Até aqui, já se pode compreender a História da juventude, ainda que de maneira sucinta, buscando os principais cenários que determinaram conquistas para essa categoria sociológica. Porém, é necessário fazer uma pausa para um segundo momento, em que a juventude ganhou novos significados e importância para a sociedade: o pós-Segunda Guerra Mundial. Foram os dois últimos séculos que trouxeram o espírito juvenil tal qual é compreendido hodiernamente, em sua articulação com a cultura de massa. A antropóloga Ana Enne (2010) observa que a juventude da segunda metade dos séculos XX e XXI vem ganhando autonomia frente às situações que provocavam opressão, como família, trabalho e sistema educacional. “E sobre eles, signo claro do espírito do tempo da modernidade, foi sendo depositada a esperança da transformação e da mudança histórica. De atores relegados da História, os jovens passaram a ser os depositários da confiança de que ‘nada será como antes’” (ENNE, 2010, p. 23). Neste momento, será pensado, então, como a relação entre juventude, mudança e a modernidade conversam entre si e afetam a sociedade contemporânea.

A título de análise, nesse capítulo, os jovens estão à frente de uma revolução cultural e de contraculturas. O jovem não é um delinquente, mas sua necessidade de expressão é assistida e muitas vezes publicizada. A cultura de massa vê na juventude uma nova possibilidade de investimento. Assim, tanto a indústria do consumo quanto a mídia apostam na categoria juvenil para despertar desejos e sentimentos na sociedade. Ser jovem passou a ser algo interessante. Essa cultura juvenil emergiu dos meios de comunicação de massa e atinge a sociedade até os dias atuais. As contraculturas mostraram suas ideologias, seu modo de viver. Certamente, o mundo não foi o mesmo depois da Segunda Grande Guerra e a juventude atingiu um estágio nunca visto antes. Ela passou a ser não apenas reconhecida, mas também atraente.

3.1.

Modernidade e juventude

Conforme foi observado no capítulo anterior, até a Segunda Guerra Mundial, o processo de reconhecimento da juventude como categoria havia passado por diversos momentos que colocavam o adolescente em situações extremas, seja por controle dos adultos ou por sua ânsia de autonomia. Diante disso, até os anos de 1940, a juventude já teria chamado atenção em todo mundo pelos movimentos e possibilidade de mudança. “Muitos artistas e escritores haviam tentado imaginar como seria a independência juvenil, enquanto psicólogos faziam esforços extenuantes para mapear e controlar esse estado volátil e conturbado” (SAVAGE, 2009, p. 497). Fato é que essa independência idealizada viria no pós-guerra, associada a uma “cultura jovem”. A antropóloga Ana Lucia Enne (2010) acredita que a ideia de “espírito do tempo” moderno – as rupturas em busca do novo, de experiências e mudanças – havia encontrado no Ocidente uma identificação. A autora apresenta a noção de modernidade não apenas como uma época, mas como uma forma de entender o mundo. Assim, a categoria de juventude estaria absolutamente firmada na concepção de modernidade, até mesmo pela sua trajetória histórica. “Sem dúvida, ser moderno é ser jovem, mesmo antes do próprio, em termos etários, ser percebido – não sem temores – em sua existência” (ENNE, 2010, p. 19).

Desde René Descartes¹, no período iluminista, o conceito de modernidade pode diferir entre uma gama de referências literárias, porém, nota-se que a característica de mudança é presente em grande parte dessas obras. Sobretudo, vale lembrar que o termo carrega em si o rompimento com um método tradicional. Para esta pesquisa, é importante a análise do conceito, então, já na metade do século XX. O autor Anthony Giddens (2002) observa a expressividade das instituições no processo de criação de identidade do indivíduo, do eu, e que esse indivíduo, por sua vez, também influencia o mundo. A modernidade que o autor expressa é, em si mesma, o “espírito do tempo”, conforme citado por Enne (2010). Giddens valoriza mais o significado da palavra do que seu recorte histórico:

¹ Cf. em *Discurso do método*, 1637.

(...) emprego o termo "modernidade" num sentido muito geral para referir-me às instituições e modos de comportamento estabelecidos pela primeira vez na Europa depois do feudalismo, mas que no século XX se tornaram mundiais em seu impacto. A "modernidade" pode ser entendida como aproximadamente equivalente ao "mundo industrializado" desde que se reconheça que o industrialismo não é sua única dimensão institucional. Ele se refere às relações sociais implicadas no uso generalizado da força material e do maquinário nos processos de produção. Como tal, é um dos eixos institucionais da modernidade. Uma segunda dimensão é o capitalismo, sistema de produção de mercadorias que envolve tanto mercados competitivos de produtos quanto a mercantilização da força de trabalho (GIDDENS, 2002, p. 21).

Através desse prisma, o capitalismo coloca o período que segue depois de 1945 extremamente relacionado aos aspectos modernos, tais como a forte influência da cultura de massa e os processos de expressão de identidade. Ademais, a compreensão de modernidade, fortemente ligada à ideia de mudança, independentemente da maneira como se manifesta, influencia no futuro, mas reforça algumas permanências, como valores e tradições. Há um jogo daquilo que está em processo de mudança, das rupturas e permanências, e, seguramente, é essa mudança que move a modernidade. Sem a mudança, a sociedade permaneceria em constante linearidade.

Edgar Morin (2006) afirma que a sociedade moderna não precisa absorver acontecimentos externos ou de outras sociedades, mas “(...) ela por si mesma suscita os acontecimentos e desvios em virtude do caráter extremamente frouxo da integração dos elementos que a constituem” (MORIN, 2006, p. 129). Portanto, a própria dinâmica social alimentaria uma instabilidade permanente, que seria a forma de completude dessa sociedade. A ideia de modernidade, então, pode ser aproximada a tantas novidades e possibilidades que surgiram a partir desse período. Não cabe aqui a discussão de qual foi o recorte específico de quando esse espírito de modernidade surgiu, mas percebê-lo presente na segunda metade do século XX associado a um novo momento juvenil. Contudo, pode-se observar que tantas novas possibilidades se abriram não só para os jovens, como também para toda a sociedade, tal qual a luta por igualdade de gênero e de raça que foi se intensificando.

Savage afirma que, antes mesmo do final da Segunda Guerra Mundial, algumas situações já sofriam questionamentos e provocavam mudanças de conceito. É o caso de Frank Sinatra: o cantor era constantemente criticado pela imprensa por não estar prestando serviço militar. Em 1942, Sinatra já havia se

tornado uma grande atração, levantando multidões de adolescentes e provocando ressentimento dos soldados. Savage explica que a ascensão de Sinatra aconteceu em um momento em que ele preenchia uma necessidade industrial e emocional dessas mulheres. E é nesse instante que se pode observar uma transição de concepções: “O fato de as meninas de soquete branca não desejarem *GIs*² endurecidos em combate, mas um ‘mercador de penas’ aparentemente estéril era um sinal dessa mudança” (SAVAGE, 2009, p. 476). Ainda segundo o autor, em 1944, o filme *Youth Runs Wild* mostrava os jovens também em outra posição, não como delinquentes, mas como vítimas perdidas. Um primeiro passo para o protagonismo dos jovens, que viria anos mais tarde, novamente nos cinemas.

O cenário mudaria no pós-guerra, pois o mundo dividido entre socialistas e capitalistas, ainda sob tensão, despontou o desenvolvimento industrial do lado capitalista. A expressão “sociedade do consumo” teria aparecido primeiramente em 1920 e ganhado força em 1950 e 1960 pela ótima condição econômica desses últimos anos. Foram prósperos para a economia mundial nos países capitalistas, em especial os trinta seguintes, os “anos dourados” ou “os trinta anos gloriosos” (HOBSBAWM, 1995). Se a “era de ouro do capitalismo” foi vantajosa para a economia, o mesmo não se pode dizer sobre as questões ambientais para o mundo. Nesse período, a natureza sofreu com a poluição liberada na atmosfera, principalmente, por países ricos e capitalistas, mas muitas questões que são valorizadas atualmente, naquele momento, ainda não eram tão importantes. O mundo estava hipnotizado com outros assuntos, como a revolução tecnológica do final da Segunda Guerra Mundial, muitas dessas tecnologias preexistentes melhoradas e outras completamente sem precedentes, inimagináveis. Esse terremoto tecnológico atingiu principalmente os ricos, mas também os pobres que, de alguma forma, tinham contato com as novidades (HOBSBAWM, 1995).

Alguns fatores somados contribuíram para um consumo juvenil mais direcionado. No século XX, abriram-se os horizontes para uma cultura de massa juvenil, com a publicidade mais voltada ao seu consumo, a indústria cinematográfica com títulos especiais para esse público e a mídia produzindo

² G.I. é um substantivo usado para descrever os soldados do Exército dos Estados Unidos e aviadores das Forças Aéreas do Exército dos Estados Unidos e também para itens gerais de seus equipamentos. Traduzido do original: *G.I. is a noun used to describe the soldiers of the United States Army and airmen of the United States Army Air Forces and also for general items of their equipment*. Disponível em [https://en.wikipedia.org/wiki/G.I._\(military\)](https://en.wikipedia.org/wiki/G.I._(military)). Acessado em: 14/09/2017

conteúdo que os interessasse. Uma nova revista chegou em 1944, especialmente para as jovens da época, a *Seventeen* – a primeira publicação dedicada aos adolescentes. Ela incentivava as leitoras a enviarem cartas participando intensamente com sua opinião sobre o conteúdo, interessada no que as jovens poderiam lhes dizer. “A *Seventeen* tinha como objetivo fazer de suas jovens adultas aceitáveis” (SAVAGE, 2009, p. 480). E o que significava “aceitável” nessa conjuntura? De acordo com o autor, seria ter seu próprio salário, entrar na universidade e estar atenta às tendências da moda. Observa-se, então, uma posição da mulher menos dentro de casa e mais ativa socialmente. O modelo de publicação logo foi copiado por diversos países capitalistas pouco tempo depois.

O termo *teenage* já havia sido usado algumas vezes até aquele momento. Stanley Hall, em sua obra, *Adolescence*, publicada em 1904, já havia retratado a adolescência, cunhado a palavra *teenage*, e aberto o caminho para estudos de culturas juvenis. As novas abordagens que surgiram ao longo do período até o final da Segunda Guerra - que já expressava grande potencial mercadológico - os integraram às políticas sociais e despertaram certa liberdade nesses jovens (SAVAGE, 2009). Assim, *teenager* era uma síntese de algumas conjunturas que deram a essa palavra tal compreensão, mas que, especialmente, significava “adolescente consumidor”.

De acordo com o autor, havia uma combinação psíquica que contribuiu para esse modelo de adolescente na época: “(...) vivendo no agora, buscando o prazer, faminto por produtos, personificador da nova sociedade global onde a inclusão social seria concedida pelo poder de compra. O futuro seria *teenage*” (SAVAGE, 2009, p. 498). A nomenclatura também foi aplicada em anúncios publicitários no início do século XX. Em 1943 e 1944, o *teenage* foi, principalmente, adotado pelos profissionais de marketing. Nos anos finais da Segunda Guerra, a expressão já era usada socialmente, marcando essa “nova era” da juventude. Apesar do otimismo por parte dos jovens americanos, com conquistas como a *Carta dos Direitos do Teenage*³, o mundo continuava em guerra e se, por um lado, o significado de *teenage* começava a aparecer nos EUA, do outro, a Juventude Hitlerista ainda trabalhava duro. Até a rendição final, a

³ Publicação do New York Times, em 1945, que levantava o debate sobre os *teenagers*. Os mandamentos foram uma espécie de manifesto dos jovens, que pediam para os pais verem suas questões sob a ótica juvenil (SAVAGE, 2009).

Alemanha sacrificou seus jovens e muitas crianças que morreram em uma convocação de “amor à pátria”, com discursos que incentivavam também esses últimos “soldados mirins” em um estado de fanatismo.

Ao final de tantas perdas e desgraças, a cultura, assim como consumo de massa americano, chegava a território europeu. Os filmes de Hollywood tinham a juventude em foco, a revista *Seventeen*, além de outras revistas, artigos em jornais, etc. O autor afirma que a guerra estimulou os EUA a inventar uma milagrosa máquina econômica, que começava a se dedicar aos jovens em especial.

O ano de 1945 foi o Ano Zero, o início de uma nova era anunciada pelas revelações da desumanidade nazista e o lançamento da suprema arma de terror. A produção em massa de armamentos e utilidades resultara numa aceleração da vida. A revelação apocalíptica da Bomba Atômica precipitou um novo tipo de conscientização global e um novo tipo de psicologia. Diante da perspectiva da pulverização instantânea, muitas pessoas começaram a se concentrar totalmente no presente, senão no momento. Isto não quer dizer que as estruturas de vida se alterassem da noite para o dia, as pessoas queriam mais do que isso: que a vida começasse a mudar (SAVAGE, 2009, p. 497).

Com temor a uma destruição tão devastadora quanto ocorreu em Hiroshima e Nagasaki, em 1945, a sociedade seguiu mais de 40 anos à sombra do medo. A Terceira Guerra Mundial estava dando sinais de sua eclosão, graças a uma corrida armamentista das superpotências União Soviética e Estados Unidos da América, a então intitulada, Guerra Fria. Tal juventude, que surgiu após 1945, protagonizou diversos movimentos que criaram estereótipos no imaginário mundial, graças aos meios de comunicação de massa e à publicidade direcionada a eles. As culturas juvenis emergiram junto aos meios de comunicação de massa. Hobsbawm (1995) relata que havia um pensamento no qual os jovens de algumas partes do mundo e, em especial, da América Latina, eram as “sementes da alegria”, mas também da desordem. E essa crença já estava tão profundamente enraizada nas culturas ocidentais que aqueles que buscavam a mudança já contavam com a militância estudantil, chegando até mesmo à guerrilha armada. Por outro lado, o autor também aponta que esse empenho não era uma destinação óbvia para a juventude. Pelo contrário, apenas uma parte dela aderiu a tais causas enquanto os demais estudantes pensavam em seus diplomas. E esse novo cenário pós-Segunda Guerra Mundial revelava também um conflito de percepção entre as gerações. Pais e filhos encaravam os novos tempos com pontos de vista diferentes: os filhos sentiam que tudo podia ser diferente e melhor enquanto os

pais que viviam épocas de grande melhoria não esperavam por mobilizações radicais.

Edgar Morin (2006) afirma que, antes de 1950, os jovens chamados de delinquentes, ou “a-sociais”, se uniam em grupos e desfrutavam da cultura de massa vendo seus heróis principalmente nos personagens que enfrentavam a sociedade. A juventude viu nos cinemas filmes que se tornaram fenômenos de exibição, em que o adolescente, pela primeira vez, era o herói. James Dean e Marlon Brando protagonizaram *Rebel Without a Cause* (1955) e *The Wild One* (1953), que mostravam sentimentos próprios da juventude e em busca de autenticidade. As drogas apresentavam novas sensações nesse período de protagonismo adolescente. Ao mesmo tempo, o rock se firmava como uma expressão cultural juvenil, uma maneira de ser.

A novidade trazia mudanças que iam além da rebeldia e do *blue jeans* – introduzido, para além do círculo dos trabalhadores, primeiro por James Dean e, depois, por universitários que não queriam parecer com seus pais. A cultura rock possibilitou uma quebra de barreiras sociais, visto que jovens de classe alta e baixa usavam o mesmo tipo de roupa, linguagem, além da música. O rock, em meados dos anos 1950, que poderia ser dirigido ao público do “gueto”, atingiu um nível que não se baseava mais em raça ou condições socioeconômicas, era o idioma universal dos jovens (HOBBSAWN, 1995). A moda juvenil falava fluentemente tal língua. O *blue jeans* e o rock eram marcas da juventude “moderna”. Em 1965, a França já produzia mais calças jeans femininas do que saias. A cultura juvenil predominava naquelas décadas e havia ganhado grande interesse dos produtores de mercadorias, já que os jovens detinham poder de compra. Os EUA estavam ligados diretamente a esse momento, uma vez que, além de produzirem ídolos e modos de se vestir, difundiam também sua cultura. As suas músicas, por exemplo, que embalavam jovens por diversos países, com outras culturas, eram cantadas então em inglês e, ainda assim, o mundo bebia diretamente dessa fonte que transbordava juventude americana. Morin (2006) defende que a cultura “adolescente-juvenil”, como ele chama, é ambivalente no momento em que participa da cultura de massas e ao mesmo tempo tenta se diferenciar. Ainda que a juventude sofresse recusa pela indústria do consumo, do não conformismo, por um lado, de outro ela participa de “(...) um sistema de

produção-distribuição-consumo que funciona para toda a sociedade, levando a juventude a consumir produtos materiais e produtos espirituais, incentivando os valores de modernidade, felicidade, lazer, amor etc.” (MORIN, 2006, p. 139). Assim, surgiram os *beatniks*⁴ (1950 a 1960), Elvis Presley, as canções de Bob Dylan, e, posteriormente influenciados por estes, os *hippies* (1960 a 1970). Até aqui, nos anos 1960, percebe-se uma juventude à frente da revolução cultural e movimentos libertários no pós-guerra que ganhariam ainda mais força nos anos seguintes.

O movimento *hippie*, originário nos anos 1960 nos EUA, seria um marco da vontade juvenil por mudanças do modo de viver, em uma época em que não se identificavam com os discursos adultos, inclusive sobre eles. Surgiram como uma contracultura do contexto social e mostraram a autonomia que seus antepassados então sonhavam. O movimento *hippie* protestou, de forma pacífica, contra o consumismo, o autoritarismo e por uma política de tolerância com multidões preenchendo as ruas dos EUA. A geração foi considerada como fundadora de mudanças sociais pelos seus movimentos e ideais. Esteticamente, mostrou-se rica nas diversas possibilidades expressivas através das cores, dos detalhes, da alegria e do psicodelismo (PEREIRA e ROCHA, 2016). No entanto, assim como os demais grupos juvenis da História, não devem ser considerados como uma homogeneização da juventude de uma época.

Analisando o contexto, não se trata apenas de mudanças de vontades, mas uma reorganização cultural. E isso começava a atingir a sociedade, em uma série de aspectos. “A cultura jovem tornou-se a matriz da revolução cultural no sentido mais amplo de uma revolução nos modos e costumes, nos meios de gozar o lazer e nas artes comerciais (...)” (HOBSBAWM, 1995, p. 323). Enne afirma que se pode perceber, então, que a construção entre modernidade, juventude, mídia, consumo e estilo de vida é uma relação que já antecedia os anos 1950 e 1960. Esses fatores articulados provocaram a cultura juvenil, que ganhou proporções mundiais. A publicidade, que percebeu na juventude poder de compra, investiu no público com maior produção e mais variedades, alimentando uma “cultura de consumo”. A mídia, notando a presença social da juventude, explorou questões de seu interesse,

⁴*Beatniks*: (...) jovens americanos liderados por Jack Kerouak que começaram a desconfiar do “sonho americano”, criando uma espécie de movimento poético/literário para contestar a ordem estabelecida. Nos anos 1960 estes jovens ganharam as ruas, marcando uma das mais conhecidas revoluções juvenis: o Maio de 1968 na França (...) (CARA, 2013, p. 04).

no campo imagético e da música, formando uma “cultura midiática” voltada para eles. E os jovens, em contrapartida, usaram dessa mídia para propagar seus discursos como “faça amor, não faça guerra”, “é proibido proibir”, entre outros motes (ENNE, 2010).

Essa década seria marcada ainda por diversos movimentos libertários da cultura juvenil, como a Revolução Cultural na China e o Maio de 1968, em Paris⁵. Mocarzel (2017), o Maio de 1968, em especial, apresenta uma mudança dentre os cenários juvenis da década: o enfrentamento às autoridades. O movimento estudantil que pedia mudanças na universidade se refletiu na sociedade. “Antes, a participação dos jovens nas revoluções políticas era algo secundário; agora, como reflexo desses movimentos, é cobrado dos jovens o papel de protagonista” (MOCARZEL, 2017, p. 29). Meio século após o movimento, a juventude já carrega no senso comum a responsabilidade de transformação de angústias sociais. Ainda assim, aos jovens são atribuídos os papéis de mudança e espírito moderno. Decorrendo das afirmações de Mocarzel, é possível acrescentar, ainda, a citação de Enne, que acredita que tal responsabilidade deve ser ponderada, pois os jovens convivem com outros aspectos também conflituosos em suas relações pessoais. “Tal peso colocado sobre os ombros de atores sociais concretos, que ainda vivem longo processo de luta por afirmação e que enfrentam seus próprios problemas como segmento social, (...) tem custo enorme e grande possibilidade de frustração” (ENNE, 2010, p. 24). A juventude, desde sua criação, nunca deixou de ter sobre si expectativas das demais categorias sociais.

Outro emblemático movimento, poucos anos depois, foi o punk, que despontou nos Estados Unidos, em 1974, com a banda *Ramones*. Um ano depois, na Inglaterra, com a novidade da banda *Sex Pistols*, o movimento ganhou, enfim, notoriedade mundial. Os punks são considerados transgressores, protagonizando, então, um movimento contracultural e que já previa o fim da “era de ouro do capitalismo” – na verdade, previa o mundo sem futuro (“*no future*”). O movimento foi considerado oficialmente como encerrado em 1978, junto com os *Sex Pistols*, ainda que se observassem manifestações isoladas da cultura. “(...) no punk, ao contrário da outra contracultura (*hippie*), não há alegria, não há cores, não há harmonia, não há prazer e nem o famoso ‘paz e amor’” (PEREIRA e

⁵ Cf. Cultura de massas no século XX: o espírito do tempo, v. 2, Necrose. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2006.

ROCHA, 2016, p. 138). Diferentes também dos *hippies*, eles apoiavam a individualidade e o anarquismo. Não tinham esperança no Estado e criticavam a política em muitas de suas músicas. Contudo, é importante enfatizar que tais movimentos surgiram, assim como tantos outros pelo mundo, até se chegar aos dias atuais. Os aqui citados, que não dão conta de tantos outros que deixaram de ser mencionados, possivelmente são os que podem ter atingido a juventude em uma escala global nessa segunda metade do século XX. Porém, de todas as mudanças sociais que decorreram de tais movimentos, é importante enfatizar a transformação que o rock provocou. Foi, de fato, emblemática e conquistou espaços e caminhos que mudaram o mundo.

É à juventude que se atribui a liberalidade e, ao mesmo tempo, a responsabilidade de mudar o mundo. Rebeldias, revoltas, revoluções, transgressões, irreverências e tudo o que vai de encontro ao status quo são legítima e controladamente permitidas aos jovens (PEREIRA e ROCHA, 2016, p. 128).

O filósofo Gilles Lipovetsky (2007) esclarece que o século XX traria uma nova percepção de modernidade. O indivíduo teria como foco de sua necessidade, principalmente, o consumo e o hedonismo. “Uma nova modernidade nasceu: ela coincide com a ‘civilização do desejo’ que foi construída ao longo da segunda metade do século XX” (LIPOVETSKY, 2007, p. 11). Essa seria uma revolução que alteraria os gêneros de vida e os costumes, a relação com o tempo, consigo e com os outros. Através do ato de consumir, os indivíduos teriam encontrado novas formas de se distinguir e criar suas identidades e o estilo de vida faz parte das escolhas, consumo e identidade que o jovem teria. Ana Enne acrescenta que, ainda que o adolescente busque sua individualidade como alguém único no mundo, ele precisará se relacionar socialmente e essa interação sempre será com outros indivíduos que afetarão o seu cotidiano de alguma maneira. “O potencial de metamorfose, característico da modernidade, permitindo que os sujeitos assumissem variedade maior e mais complexa de papéis sociais, não tão fixos quanto no período pré-moderno, se amplia” (ENNE, 2010, p. 23). A cultura do consumo nessa atmosfera se torna importante. Esses bens lhes trarão possibilidades identitárias como pertencimento, distinção, singularidade, entre tantas, e a cultura midiática dialoga diretamente com essas interpretações representando-as socialmente. Antes, porém, é fundamental esclarecer que a construção de estilos de vida como marcação identitária não é uma exclusividade da modernidade ocidental. Percebe-se, porém, que, em uma nova configuração de

maior autonomia e flexibilidade para desempenhar tais papéis sociais, crê-se que os jovens serão os que melhor aproveitarão as mudanças.

Dentro desse quadro de mudanças sociais e de deslocamento de sentido com relação ao indivíduo e às instituições, Giddens aponta para a emergência dos estilos de vida como uma forma de “segurança ontológica”. O autor usa o termo modernidade “tardia” ou “alta”, como um recorte pós-globalização, onde há um impacto na identidade cultural e o sujeito tem mais contato com o mundo. Há uma descontinuidade com o modo de se viver. Giddens sugere uma proposta dialética que acaba por induzir os indivíduos a escolherem estilos de vida durante a sua convivência com outros (GIDDENS, 2002). Essa escolha ocorre, na maioria das vezes, naturalmente, e questões ligadas ao local e global entram em equilíbrio em um mundo com tantas alternativas, e pensar acerca de estilos de vida pode abranger diversos fatores – o autor entende que o termo é fortemente empregado pela publicidade e fontes do consumo mercantilizado e que ele está ligado às classes mais prósperas, que teriam condições econômicas de escolher esse estilo.

Giddens acredita que o estilo de vida também implica em tomadas de decisões e ações, e que isso vai além de questões socioeconômicas. Apesar de a modernidade tardia criar possibilidades de identificação, ela também “(...) produz diferença, exclusão e marginalização, afastando a possibilidade da emancipação, as instituições modernas, ao mesmo tempo, criam mecanismos de supressão, e não de realização, do eu” (GIDDENS, 2002, p. 13). Além disso, os estilos de vida são práticas rotinizadas e incorporadas em hábitos para além do consumismo, mas como modos de agir e lugares preferidos. Isso posto, é possível entender porque os movimentos juvenis continuaram mesmo após a Segunda Guerra Mundial: há outras questões que causam incômodo os jovens, que iriam além de apenas reconhecimento social e o estilo de vida discutido pelo autor apresenta uma possibilidade de pensar a respeito dos valores atribuídos a eles. Dependendo das decisões e ações, os jovens ganham atributos como irresponsáveis, audaciosos ou revolucionários. Giddens também aponta para a segurança ontológica como uma confiança necessária para o indivíduo escapar de ansiedades que atingem a raiz própria da sensação de "estar no mundo" e questões existenciais.

A manutenção da vida, nos sentidos corporal e da saúde psicológica, está inerentemente sujeita ao risco. O fato de o comportamento dos homens ser tão fortemente influenciado pela experiência transmitida pela mídia, juntamente com as capacidades de cálculo que os agentes possuem, significa que cada indivíduo

poderia (em princípio) ser esmagado por ansiedades sobre os riscos implícitos nos afazeres da vida (GIDDENS, 2002, p. 43).

Ainda que o atual estudo não tenha um caráter *psicológico*, mas sim *sociológico*, o tema “ansiedade” se faz presente na discussão sobre o objeto de análise. Desse modo, Giddens explicará suas afetações nos indivíduos que vivem a modernidade tardia. “A ansiedade deve ser entendida em relação ao sistema total de segurança que o indivíduo desenvolve, mais do que como um fenômeno situacionalmente específico ligado a riscos e perigos particulares (GIDDENS, 2002, p. 46). O autor cita, então, quatro modos de questões existenciais que surgem no contexto da atividade social: questões relacionadas à existência e do ser, questões sobre finitude, morte e a vida humana, a experiência com outros indivíduos e a descoberta da auto-identidade e sentimentos do eu. O último tópico, tomado por Giddens, melhor esclarece as questões aqui trabalhadas. A princípio interpretada como um fenômeno de “consciência relativa”, não é algo dado, como resultado de sistema de ação do indivíduo, mas alguma coisa que deve ser criada continuamente em suas atividades. Aponta que a identidade supõe a continuidade no tempo e no espaço, mas a auto-identidade é a continuidade reflexivamente interpretada pelo próprio indivíduo.

A identidade de uma pessoa não se encontra no comportamento nem — por mais importante que seja — nas reações dos outros, mas na capacidade de manter em andamento uma narrativa particular. A biografia do indivíduo, para que ele mantenha uma interação regular com os outros no cotidiano, não pode ser inteiramente fictícia. Deve integrar continuamente eventos que ocorrem no mundo exterior, e classificá-los na “estória” em andamento sobre o eu (GIDDENS, 2002, p. 56).

O autor Stuart Hall (2006) discute a identidade cultural do sujeito pós-moderno, que está diretamente relacionada com a modernidade tardia, citada por Giddens, em que as sociedades modernas passam por mudanças constantes e com possibilidade de grande alcance no mundo. Hall considera que uma mudança estrutural vem transformando as sociedades no final do século XX, mudando a paisagem cultural de gênero, classe, etnia, raça, sexualidade, entre tantos aspectos.

Com a ideia de identidade e sujeitos integrados, de acordo com Hall, o sujeito pós-moderno não é mais aquele unificado, mas que possui identidade fragmentada. Assim, investiga se há uma crise de identidade que ocorreria principalmente pela mudança das estruturas da sociedade moderna, abalando a estabilidade. O sujeito teria perdido a referência de si mesmo e seu lugar no

mundo social e cultural, vivendo em constante conflito pessoal e buscando criar uma narrativa própria do “eu” para se adaptar aos grupos existentes. É uma nova forma de lidar com o mundo, em um mundo que muda constantemente. Hall examina algumas rupturas nos discursos do conhecimento moderno que resultaram em uma deslocação para um sujeito pós-moderno fragmentado, de identidades “descentradas”.

Um tipo diferente de mudança estrutural está transformando as sociedades modernas no final do século XX. Isto está fragmentando as paisagens culturais de classe, gênero, sexualidade, etnia, raça e nacionalidade, que, no passado, nos tinham fornecido sólidas localizações como indivíduos sociais. Estas transformações estão também mudando nossas identidades pessoais, abalando a ideia que temos de nós próprios como sujeitos integrados (HALL, 2006, p. 09).

É possível observar que o jovem pós-moderno, instalado em uma estrutura cultural, vive sob tais condições descentradas onde não há uma só identidade. Ele se tornou uma combinação de identidades e, enquanto busca sua ocupação no mundo, ainda sem definição, pode ocorrer a crise de identidade citada por Hall. Há mudança de toda ordem, tanto estrutural quanto institucional. Até mesmo o processo de identificação mudou, passando a ser provisório, variável e problemático. Não há um só processo, mas vários. A globalização colocou as culturas de frente umas com as outras e, para esse sujeito, não há uma identidade fixa. Está em todo lugar, em várias referências, como uma “celebração móvel”, conforme Hall. Tais celebrações estão em formação contínua em relação às formas pelos quais somos representados nos sistemas culturais. É um processo histórico, não biológico. “O sujeito assume identidades diferentes em diferentes momentos, identidades que não são unificadas ao redor de um ‘eu’ coerente. Dentro de nós há identidades contraditórias empurrando em diferentes direções” (...) (HALL, 2006, p. 13). Dessa forma, o sujeito é constantemente deslocado a experimentar novas identidades e afirma ser uma fantasia acreditar em uma identidade unificada.

Sob esse prisma, é possível analisar os impactos que a juventude sofreu ao longo da segunda metade do século XX e ponderar diferenças entre as gerações anteriores. Dessa vez, não era uma mudança em busca de ser enxergada, enquanto categoria, mas ser aceita da maneira que verdadeiramente se definia, como uma mudança por ideais e identidade que não era encontrada na sociedade. A luta,

dessa vez, não era só contra os adultos; eram os jovens *versus* o que inventaram sobre eles.

3.2.

O novo conceito de geração pela mídia e pelo consumo

Se o mundo contemporâneo também é marcado por revoluções e grandes guerras, a juventude teve papel fundamental nessa trajetória. Desde o momento em que começa a ganhar reconhecimento social, no século XVIII, de alguma forma, as pessoas tentaram entendê-la e, outras vezes, qualificá-la. José Machado Pais (1993) comenta que a sociologia da juventude usa duas correntes: a “teoria classista” e a “teoria geracional”. A corrente classista entende a juventude como cultura de classe e a corrente geracional como uma cultura específica de determinada geração. Nota-se que a teoria geracional tem o caráter de especificar, delimitar os jovens que pertencem a cada uma das gerações a serem tratadas. Como exemplo, é possível pensar na chamada delinquência juvenil, do final do século XIX e início do século XX. A visão geracional entende os movimentos como uma consequência da incapacidade dos jovens de se ajustarem às normas estabelecidas. Usando o mesmo exemplo, o ponto de vista classista observa os acontecimentos como um fenômeno de jovens provenientes de classe baixa em confronto com a classe média (PAIS, 1993). Nesta pesquisa, será contemplada a visão geracional, compreendendo-a em dois momentos: o primeiro, dedicado aos pesquisadores, como psicólogos e sociólogos, que investigaram o assunto no século XX, conforme foi visto; e a segunda compreensão, por assim dizer, midiática. Enne observa nos escritos de Morin (2009) que, durante o processo de rejuvenescimento dos quadros sociais, esses tempos também marcam um impulso político e cultural, chegando à conclusão de que a juventude, como faixa etária, seguiria mais por valores geracionais do que por distinções e pertencimentos em torno da luta de classes (ENNE, 2010).

Após a Segunda Guerra Mundial, foi constatado um *boom* demográfico nos países do hemisfério norte e novas influências nos estudos. Mariane Cara (2013) afirma que, por diversos motivos “mercadológicos” e sociais, essa teria sido a primeira geração detalhadamente analisada por profissionais como analistas de marketing, psicólogos, sociólogos, antropólogos etc. Tal juventude, nascida entre 1946 e 1964, foi intitulada de *Baby Boomer* justamente pelo alto índice de

natalidade do período. Hobsbawm aponta o uso, por intelectuais do século XX, do prefixo “pós” ou “post” para marcar algum momento ou aspecto relevante, como pós-industrial, pós-moderno, pós-estruturalista, entre tantos. Assim, pode-se chegar à denominação da geração “pós-Segunda Guerra”, como uma “consequência” dela. O conceito de geração, a partir dos *boomers*, “(...) foi relacionado com a vivência juvenil dos nascidos em períodos pré-determinados, funcionando por meio de rótulos cambiáveis” (CARA, 2013, p. 04).

Os nascidos nesse recorte de tempo ganharam atenção também da mídia: Don Tapscott (2008), pesquisador na área da juventude, esclarece que as gerações anteriores aos *boomers* não tinham o luxo de uma adolescência prolongada, iam direto para a força de trabalho. Já os nascidos da Segunda Guerra cresceram em um período de prosperidade e foram à escola por muitos mais anos que seus pais. “Eles tiveram tempo para desenvolver sua própria cultura juvenil. *Rock’n’roll*, cabelos longos, movimentos de protestos, roupas estranhas e novos estilos de vida deixavam seus pais desconfortáveis” (TAPSCOTT, 2008, p. 07). Além do mais, a televisão fazia parte de uma nova forma de comunicação que apreciavam muito bem.

Também poderiam ser chamados de geração Guerra Fria, geração prosperidade pós-guerra ou mesmo geração economia crescente, ou de acordo com qualquer outro desenvolvimento na sociedade que os afetasse. Entretanto, mais do que qualquer outra coisa, foi o impacto de uma revolução nas comunicações - a ascensão da televisão - que moldou essa geração e seu mundo (TAPSCOTT, 1999, p. 17).

Don Tapscott (1999) afirma, então, que essa geração cresceu em condições modernas comparadas aos seus pais, com a televisão ganhando gradativamente os lares e transformando a própria juventude em um acontecimento. Os movimentos sociais desses jovens, assim como os lançamentos da indústria de consumo para eles eram mostrados na TV. Na chegada à sua juventude, no período de 1960 a 1970, os *boomers* assistiram a conflitos de valores morais, guerrilhas sangrentas, ditaduras militares e crises na educação, o que os levou ao repúdio. Os *beatniks* foram os primeiros a romper, então, com uma geração que já havia conquistado seu espaço social, mas, aparentemente, não queriam fazer parte daquele universo em que foram introduzidos. Eles também ficaram conhecidos como precursores do movimento *hippie*.

Tapscott (2008) explica que a geração seguinte seguiu caminho inverso: teve baixíssimo número de recém-nascidos e, primeiramente, teria ganhado o nome de “fracasso de bebês”⁶. O termo não chegou a ser usado socialmente, outro tomaria o posto após o romance ficcional de 1991, *Generation X: Tales for an Accelerated Culture*, de Douglas Coupland, e assim, a geração ganhara seu nome. O livro que virou sucesso de venda conta a história de três amigos que vivem o período da juventude nos anos 1980. O “X” foi usado pelo grupo que se sentia excluído e precisa entrar no mercado de trabalho, e já não possuía mais vagas porque seus irmãos mais velhos as ocuparam. Esse *best-seller* atraiu a atenção da mídia que nomeou a geração de X. Os *xis*⁷ eram representados pela força da televisão, dos videoclipes e do videogame. Preferiam ficar em seus quartos e foram comparados aos *Baby Boomers*, justamente pela diferença de não ganharem tanto as ruas⁸. Os *xis* são conhecidos pela individualidade, pertencem à geração mais bem educada, segundo Tapscott. Assim como citam José Rezende e Maria Manuel Vieira (1992), um novo estilo de vida também surgiu na Geração X: chegavam então os *yuppies*. Os jovens dos anos 1980 ficaram conhecidos pelo contexto de dificuldade econômica na década. Enfrentaram o desemprego, inflação, especulação financeira e um cenário de incerteza econômica. Os *yuppies* eram conhecidos como “jovens profissionais urbanos” que tinham o trabalho como prioridade em suas vidas. Com carreira em constante ascensão, eram jovens de sucesso, escolarizados – assim como a maioria dos *hippies* – em um contexto de precariedade que era reconhecido socialmente e afirmado com consumo de bens.

A geração seguinte à X recebeu muitos nomes, em especial dois são os mais usados pela mídia, pela indústria de consumo, e também, pelos jovens: Geração Y e *Millennials*. Essa é uma geração problemática, não pela sua juventude, mas pela diversidade de definições que foram criadas em torno dela. A começar pela nomenclatura, são diversas, como: “Geração 2.0”, “Geração Now”, “Geração Digital”, “Geração Nem Nem” (nem trabalham nem estudam), “Geração Me”, “*Echo Boomers*”, “Geração Net”, “Geração Peter Pan”, entre tantas. Durante a pesquisa, foi constatado que o termo Y é o mais usado no Brasil e *Millennials*

⁶ *Baby Bust*.

⁷ Tradução de como o autor chama os nascidos na Geração X – “Xers”.

⁸ Comparação que não condiz com o Brasil, pois os “Caras-Pintadas” teriam sido a maior mobilização juvenil até aqueles anos.

mais usado em línguas estrangeiras – também encontrando em menor quantidade como Y. De acordo com Cara (2013), a expressão Geração Y foi usada pela primeira vez em um artigo do periódico *Advertising Age*, de agosto de 1993 – o termo seria uma sucessão à Geração X. Já os *millennials* seriam uma expressão cunhada pelos autores Howe e Strauss (2000), conforme será visto adiante.

Para o autor Don Tapscott (2008), a Geração Net (a nomenclatura escolhida pelo autor), é diferente de outras gerações porque foi a primeira a crescer entre os meios de comunicação digitais. Convive com a tecnologia de maneira natural como qualquer outro eletrodoméstico e é através do uso da mídia digital que essa geração sobrepõe sua cultura socialmente. “Já essas crianças estão aprendendo, jogando, comunicando, trabalhando e criando comunidades de forma muito diferente do que seus pais. Eles são uma força para a transformação social”⁹ (TAPSCOTT, 2008 p. 02). De acordo com o autor, a Geração Net está proporcionando nos *boomers* o que estes despertaram nos seus pais: um incômodo, com as novas formas de comunicação, rapidez e mudanças. Tapscott comenta porque escolheu entre tantos nomes chamá-los de Geração Net. “(...) algumas pessoas chamam de *Millennials*, mas o advento do ano 2000 não alterou a experiência dos jovens dessa época. Suponho que podemos chamá-los de Geração Y, mas nomeá-los como uma reflexão tardia da Geração X diminui sua importância”¹⁰ (TAPSCOTT, 2008, p. 17). Para essa pesquisa, foi escolhido o uso de Geração *Millennials*, justamente pela sua disseminação e reconhecimento, a partir das investigações realizadas.

⁹Traduzido do original: “Already these kids are learning, playing, communication, working, and creating communities very differently than their parentes. They are a force for social transformation” (TAPSCOTT, 2008 p. 02).

¹⁰Traduzido do original: “(...) some people call them the Millennials, but the advento f the year 2000 didn’t really alter the experience of the young people of that time. I suppose we could call them Generation X, but naming them as an afterthought the smaller Gen X diminishes their importance (...) (TAPSCOTT, 2008, p. 17).