

---

## **Um grito de Liberdade: consumo, culturas juvenis e urbanas<sup>1</sup>**

Betina de Jesus Guedes<sup>2</sup>

Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), São Paulo, SP

### **RESUMO**

Tomando São Paulo como cenário de cenas e circuitos culturais juvenis, a proposta do presente artigo é buscar compreender como certos agrupamentos se formam. Para isso, dispôs-se da plataforma "TikTok", como provedora de amostras, e da metodologia de análise de conteúdo, para compreender as motivações, a estética, e as identidades acionadas por jovens que frequentam o bairro da Liberdade, nos períodos noturnos e aos finais de semana. Com suporte dos estudos culturais e da antropologia do consumo, foi possível concluir que as juventudes urbanas buscam pertencimento e utilizam do consumo e apropriação de estéticas como meio de demarcar inclusão e exclusão.

**PALAVRAS-CHAVE:** juventudes; culturas urbanas; identidade; comunicação; consumo.

### **COMUNICAÇÃO, CONSUMO E JUVENTUDES**

Das muitas perspectivas possíveis, aqui, compreende-se juventude como uma experiência cultural, ou seja, como um valor determinado pela cultura em que se vive (Rocha & Pereira, 2009, p. 28). Ser jovem em grandes centros urbanos do ocidente, tem um significado diferente de ser jovem em uma comunidade de povos originários. Sendo assim, tudo o que muda a depender do contexto, localidade e do tempo histórico, é cultural. O conceito de juventude, é cultural. "As culturas juvenis não têm idades, os jovens sim" (Cerbino, Chiriboga & Tutivén, 2001). Dentro desse contexto da lente cultural, a juventude é um momento demarcado por descobertas, por mais autonomia, onde esses corpos, agora vistos como 'jovens' pela sociedade, passam a circular por outros espaços de socialização para além de suas casas e ambientes de ensino.

Os jovens, e seus corpos-mídia, passam a ocupar as ruas, fazendo com que elas se tornem "fóruns de atuação estética que fazem da cultura urbana a mais legítima expressão das diversidades das juventudes e de seus conflitos" (Borelli, Rocha & Oliveira, 2009, p. 13 e 14). É por meio do "corte corporal-comunicativo" (Borelli, Rocha & Oliveira, 2009, p. 14) que o jovem se percebe no cenário urbano,

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Comunicação, Tecnicidades e Culturas Urbanas, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Mestranda em Comunicação e práticas do consumo pelo PPGCOM-ESPM e pesquisadora do grupo Juvenália, e-mail: [betinaguedes.bg@gmail.com](mailto:betinaguedes.bg@gmail.com)

---

principalmente aqueles que ocupam corpos socialmente marginalizados, pois a partir desse momento, passa a ser evidente as dinâmicas de estigmatização e invisibilização que os circundam, fazendo com que esses corpos tenham as suas trajetórias demarcadas por experiências de comunicação e de incomunicação, de visibilidade e de invisibilidade (Borelli, Rocha & Oliveira, 2009, p. 15). "Os corpos juvenis são plurais, corpos nômades, corpos paralisados na incerteza do futuro, corpos em contato", (Borelli, Rocha & Oliveira, 2009, p. 14).

O jovem pode ser visto pela sociedade como potente, criativo, invejável físico e mentalmente, mas, ao mesmo tempo, a juventude pode ser também vista como rebelde, perigosa, irresponsável. Quem ocupa cada lado dessa dicotomia? As estatísticas nacionais apontam claramente para a alta taxa de vitimização de homens jovens por atos de violência criminal, e, ainda assim, consolidou-se um imaginário social do segmento juvenil - em especial as classes populares - associado ao protagonismo da violência e, mais ainda, à constituição de uma ameaça indiscriminada a toda a sociedade (Borelli, Rocha & Oliveira, 2009, p. 18). Há cenários onde alguns desses jovens estigmatizados preferem abraçar essa atribuição estigmatizadora como estratégia de afirmação de identidades assumidamente desviantes. Nesse sentido, o consumo se torna uma potente ferramenta na expressão das identidades juvenis, afinal tem o poder de distinguir visualmente o pertencimento ou a exclusão de um indivíduo a um determinado grupo (Woodward, 2014).

As práticas de consumo possibilitam o mapeamento das apropriações culturais e das escolhas simbólicas que permeiam os jovens. Eles estão extremamente expostos às produções midiáticas, como a televisão, o cinema e a música. Suas práticas de consumo acompanham "seus nomadismos, definem suas atividades de lazer e articulam amizades, pertencimentos e sensibilidades" (Borelli, Rocha & Oliveira, 2009, p. 18). Tais práticas de consumo ganham ainda mais importância quando se pensa nas juventudes metropolitanas.

A vida na metrópole é demarcada pelo dinamismo e pela complexidade dos grupos que a ocupam, complexidade essa atrelada a forma com que esses sujeitos se apropriam de espaços físicos e simbólicos, na maneira como se aglutinam em torno da moda, do entretenimento, de cenas musicais, etc. (Pereira, 2015). Dessa maneira, pensar em agrupamentos e construção de identidades que se dão no contexto urbano, requer

compreender que ocorrerá sim a formação de agrupamentos por afinidades e semelhanças na maneira de "ler o mundo", criando laços identitários e redes de pertencimento, porém, a forte interculturalidade (Canclini, 2007) fará com que esses agrupamentos aconteçam de maneira fluida e com diversas camadas de pertencimento (etnia, raça, classe, profissão, idade, gênero) (Pereira, 2015). A pluralidade que caracteriza os centros urbanos, acaba por aglutinar sujeitos que carregam múltiplas camadas de subjetividade. São muitos os sujeitos que populam uma metrópole, sujeitos tão específicos quanto diversos, corpos plurais ocupando e compartilhando sentidos na cena.

Aqui, a utilização do termo "cena" busca expressar a relação entre os sujeitos, suas práticas de consumo e os usos que fazem da cidade. "A indumentária, os gestos, as gírias, os bares, as ruas, clubes, prédios, palcos" (Pereira, 2015). Busca englobar todos os equipamentos sociais e culturais que baseiam a existência material, política e econômica de indivíduos (Pereira, 2015). Ampliando ainda, cena pode ser também as sociabilidades e afetos entre grupos juvenis, os comportamentos ligados à música, o diálogo entre elementos culturais locais e globais, as relações entre territórios *offline* e *online* (Pereira, 2015), sendo de suma importância frisar que as dinâmicas decorrentes da internet não podem ser colocadas como antagonicas ao que ocorre nas ruas, mas sim como fluidas e de mútua influência (Sá, 2013).

## **EM BUSCA DA 'LIBERDADE', OS JOVENS OCUPAM A CIDADE**

Sendo assim, com todo o contexto trazido até aqui, alguns questionamentos emergem, como: Como os agrupamentos juvenis têm ocupado os espaços urbanos? Como são suas indumentárias? Gestos? Verbetes? Quais são as identidades acionadas através dos seus modos de narrar a si? A fim de buscar respostas para esses indagamientos, o presente artigo se valeu da metodologia denominada "análise de conteúdo" como caminho viabilizante de observação do grupo de interesse: as juventudes vivendo em espaços urbanos, mais especificamente, na cidade de São Paulo (SP). A análise de conteúdo é uma metodologia voltada à exploração qualitativa de mensagens e informações (Moraes, 1999). A matéria-prima da análise de conteúdo é qualquer material que tem como intuito comunicar, seja de maneira verbal ou não-verbal, como jornais, revistas, livros, relatos auto-biográficos, músicas, vídeos, etc.

---

(Moraes, 1999). Das etapas propostas por Moraes (1999) para colocar em prática a metodologia, têm-se: 1) Preparação das informações; 2) Unitarização ou transformação do conteúdo em unidades; 3) Categorização ou classificação das unidades em categorias; 4) Descrição; e 5) Interpretação.

A preparação consiste em identificar quais amostras serão analisadas e, posteriormente, codificar/elaborar uma identificação para as mesmas. A fim de utilizar o ambiente virtual como meio de obtenção de materiais para a análise, foi escolhida a rede social denominada "TikTok" como fonte de conteúdo. Nessa primeira fase de preparação, os vídeos de jovens que frequentam o bairro da Liberdade (SP), nos períodos noturnos e aos finais de semana, saltaram aos olhos. Eram diversos os conteúdos deste agrupamento "específico" de jovens. Sendo assim, após algumas horas de conteúdo assistido, as amostras foram escolhidas a fim de responder os principais indagamentos: 1) Por que ocupam essa porção do desenho urbano? (motivação) 2) Como se apresentam esteticamente? (estética) e 3) Como se identificam? (identidade) Os critérios de escolha das amostras foram: relevância (número de curtidas e comentários) e representatividade (que apresentassem conteúdo similar a outros vídeos na plataforma e pudessem representar as práticas do grupo de interesse). Foram escolhidos 4 vídeos, separados e classificados a seguir conforme unidades de conteúdo.

As amostras apresentaram um conteúdo protagonizado por jovens com cabelos tingidos de vermelho (total ou parcialmente), roupas pretas, meia calça-arrastão, camisetas de banda (como Nirvana), delineados grossos e pretos, bem marcados; unhas pretas. Essa estética pode ser observada em todos os vídeos que apresentavam como tema a presença dos jovens no bairro da Liberdade, no período noturno e aos finais de semana. As amostras também apresentavam uma perspectiva interessante a partir dos comentários presentes em cada vídeo, mostrando como olhos socialmente doutrinados por outras representações de juventude, veem essas cenas e expressões como "desviantes". A sessão de comentários é um espaço virtual, que parece ser uma zona sem consequências pro que é ali depositado, que dá, àquele que comenta, uma certa sensação de liberdade para dizer tudo o que pensa. Os agrupamentos propostos para os comentários, conforme a conotação das sentenças, foram: 1) Repúdio (comentários a respeito de sujeira e mau odor no local, dizendo que é um rolê "caótico", "cracolândia dos jovens", "uma furada", "purgatório", "bizarro", "deplorável", que provocava

"medo", que é "tosco", um "inferno", "lugar de fracasso", "triste", "patético"; além disso, uma imensa parcela de comentários a respeito do fato de só ter "criança", "menor de idade", com uma conotação bastante negativa atrelada a esse apontamento; e até mesmo vinculando a presença desses jovens no local, a uma possível lacuna de parentalidade, com comentários como "eles não têm pai"/"a falta de presença paterna é visível"; outra parcela dos comentários também adjetivava os frequentadores de "desempregados"); 2) Nostalgia (comentários dizendo que antes a Liberdade não era assim, que era frequentada por outro público e com outra intenção, como compartilhar práticas de consumo da cultura japonesa, comer, etc.); 3) Interesse (comentários por parte de quem nunca foi, dizendo que gostaria de conhecer); 4) Defesa (pessoas que frequentam, defendendo a cena/circuito cultural) e 5) Disputa (discussão girando em torno do porquê as pessoas vão, variando entre aqueles que ficavam indignados com jovens frequentando o local, usando como argumento que se a cidade de São Paulo dispõe de tanto entretenimento, por que ir em um rolê tão "insalubre?"; os contrapontos traziam a perspectiva de ser um "rolê barato"; que "só precisa pagar a bebida e a condução"; frisando ter "bebida barata"; além disso, muitos comentários em torno da idade dos frequentadores, dizendo que por serem menores de 18 anos, não poderiam frequentar espaços fechados, como baladas e bares, onde é obrigatório apresentar um documento que comprove estar acima de 18 anos, restando apenas as ruas como espaço de encontro e sociabilidade).

Através da análise dos comentários é bastante evidente o incômodo, que identidades tidas como desviantes da norma, causam em outros grupos sociais. Grupos que fazem questão de se posicionar como distintos (e muitas vezes superiores). Por fim, através da análise de conteúdo dos vídeos e dos comentários, é possível concluir algumas motivações que levaram aos jovens a fazer do bairro da Liberdade, o cenário para o estabelecimento dos seus circuitos culturais, como: a busca por encontrar seus afins (pertencimento), encontrar outros que partilhem de práticas de consumo (estética, audiovisual, cultural) similares e uma cena "democrática", tanto em relação a mobilidade urbana, quanto a possibilidade de ocupar as ruas, que não possuem restrição de idade (como os ambientes fechados - bares/baladas); além de garantir disponibilidade de entorpecentes (como bebidas alcoólicas, drogas e cigarros) a um custo baixo. A Liberdade se localiza em uma região central da cidade de São Paulo, sendo de fácil

acesso através do transporte público (metrô e ônibus). As ruas são espaços públicos, que, em tese, não contam com condições para a permanência de um determinado grupo, possibilitando então o aglomeramento de pessoas que podem apenas se reunir ali. Além disso, não existe nenhum custo associado a ocupar as ruas, possibilitando que a falta de recurso financeiro não seja um fator de exclusão nesse cenário. Por fim, a presença de vendedores informais de bebida alcoólica, que não vinculam a venda à idade dos consumidores, facilita o acesso dos jovens a esse tipo de produto. Os vendedores também disponibilizam bebidas "baratas", afinal, em sua maioria, os jovens ali presentes não possuem grande aporte financeiro, e estão buscando "otimizar" suas experiências. São muitos os sujeitos que populam uma metrópole, sujeitos tão específicos como diversos, corpos plurais ocupando e compartilhando sentidos na cena.

## REFERÊNCIAS

BORELLI, Silvia H. S.; ROCHA, Rose de Melo; OLIVEIRA, Rita de Cássia Alves. **Jovens na cena metropolitana: percepções, narrativas e modos de comunicação**. São Paulo: Paulinas, 2009.

CERBINO, Mauro; CHIRIBOGA, Cinthia; TUTIVÉN, Carlos. **Culturas juveniles: Cuerpo, música sociabilidad & género**. Quito (Ecuador): Ediciones Abya-Yala, 2001.

MORAES, Roque. **Análise de conteúdo**. Revista Educação, Porto Alegre, v. 22, n. 37, p. 7-32, 1999.

PEREIRA, Simone Luci. **Consumo e escuta musical, identidades, alteridades**. Reflexões em torno do circuito musical "latino" em São Paulo/Brasil. Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación, núm. 128, pp. 237-251, 2015.

ROCHA, Everardo; PEREIRA, Cláudia. **Juventude e consumo: um estudo sobre a comunicação na cultura contemporânea**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2009.

SÁ, Simone Pereira de. **As cenas, as redes e o ciberespaço: sobre a (in)validade da utilização da noção de cena musical virtual**. Cenas musicais. Guararema-SP: Ed. Anadarco, 2013.

WOODWARD, Kathryn. **Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual**. In: HALL, Stuart. WOODWARD, Kathryn. Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais. Petrópolis: Vozes, 2014.