

1.

Introdução

A juventude do século XXI ainda não tinha mostrado um grande enfrentamento com relação ao Estado, no Brasil. Em junho de 2013, esses brasileiros começaram uma virada em suas posições políticas apesar das notícias sobre grandes escândalos de corrupção, esses que se viam relativamente passíveis quanto às suas atitudes. A reivindicação foi iniciada graças ao aumento nas passagens de ônibus, que carregava implícitos ainda mais outros protestos, como melhores condições em diversos setores públicos, como educação, segurança, saúde, entre outros. A partir de passeatas e movimentos sociais de âmbito nacional, a juventude novamente vestiu seu uniforme de “agente de mudança social”, que já teria sido usado em anos anteriores, como em 1968 e 1992¹, e se tornaram alvo da mídia. Com o passar dos anos, novos movimentos puderam ser presenciados também no país, mas certamente as “Jornadas de Junho”, como foi intitulada a grande onda de manifestações de 2013, foi um marco dessas mudanças para grande parcela da população.

Nessa configuração social e histórica, a tecnologia não poderia se ausentar. Esses jovens marcavam, em sua maioria, os encontros para manifestação por redes sociais, debatiam o assunto em páginas pessoais na internet e, de alguma forma, estavam sempre conectados para compartilhar e expressar suas opiniões. A internet também entrou no conjunto de ações ligadas à mudança social no Brasil. Certamente, nem todos os jovens que viveram no país na época se engajaram ou

¹ Breno Bringel (2012) observa quatro principais ciclos de protestos no Brasil. “Em 1968, o movimento estudantil brasileiro esteve marcado por importantes lutas, conectadas com outras lutas sociais, como as sindicais e outras manifestações culturais pós-1964, que seriam silenciadas de forma radical com o AI- 5. (...) a partir de 1975, a tensão contínua entre os militares e as forças democratizantes gerou uma dinâmica de ‘concessões do regime e conquistas da sociedade’ (...) em um terceiro momento, já na década de 1980, em um período de reconstrução institucional, viriam ainda o ‘Movimento pela Anistia’ e as ‘Diretas Já’. (...) a década de 1990, deve-se considerar, em um contexto mais amplo, a mudança nos marcos de ação coletiva dos movimentos sociais brasileiros e latino-americanos, a aplicação de políticas neoliberais e a abertura a um processo de globalização que passa a considerar a educação como palavra-chave nos discursos de governos, atores privados e de instituições” (BRINGEL, 2012, p. 38). A aparição dos “caras pintadas” durante o processo de impeachment de Fernando Collor de Mello, em 1992, marcou esse movimento como a mobilização mais ampla da sociedade civil, de acordo com o autor.

se interessaram pelo assunto, mas a participação da juventude nesse momento foi notória².

Assim como a mídia, o senso comum também estava mais atento aos passos dos jovens. E do mesmo modo que seus atos repercutiram nos meios de comunicação, suas ações eram julgadas e debatidas no espaço público. Desse modo, pela primeira vez, eu me deparei com o termo “ativismo de sofá³”, que carregava uma conotação negativa da juventude que “quer mudar o mundo, mas sem muito esforço”. Tais questões chamaram também a minha atenção, já que envolviam a sociedade como um todo, incluindo aí os jovens que passaram a ser questionados: “qual deve ser seu papel no mundo?”. Sendo assim, foram construídos alguns problemas para a pesquisa: como se dá a articulação entre juventude e mudança social? O que está em jogo nessa associação de valor à juventude? Qual é o papel da mídia nessa construção social? E como o consumo se apropria dessa ideia? Com o intuito de chegar a possíveis respostas, realizei uma pesquisa com alguns jovens que vivem neste momento da História.

Ainda que o tema já tenha sido pesquisado na Academia, proponho aqui uma análise hodierna da temática, além de contribuições para a compreensão de como se construiu a noção de juventude, explorar os percursos sobre a história da criança e adolescente, bem como refletir sobre a articulação entre mudança social e juventude. Para tanto, será realizada uma revisão de literatura e uma análise de representações sociais na mídia.

Entender os jovens de maneira mais dedicada é de extrema importância para o campo da Comunicação Social, que tem fundamental participação nesse processo de formação de discursos e identidades. Assim, também é de interesse

² De acordo com a pesquisa divulgada pelo IBOPE, no dia 20/06/2013, realizada nas capitais de sete estados (SP, RJ, MG, RS, PE, CE, BA) e em Brasília. Foram entrevistados 2002 manifestantes com 14 anos ou mais, com margem de erro de 2 pontos percentuais para mais ou para menos. Revelou que 43% dos manifestantes tinham de 14 a 24 anos e 20% de 25 a 29 anos. <http://g1.globo.com/brasil/noticia/2013/06/veja-integra-da-pesquisa-do-ibope-sobre-os-manifestantes.html>. Acessado em 07/09/2017.

³ *Slacktivism*: Ações realizadas via Internet em apoio de uma causa política ou social, mas que exigem pouco tempo ou envolvimento, por exemplo, assinando uma petição on-line ou ingressando em um grupo de campanha nas redes sociais. Ex: "Tais alertas de e-mail tornam o slacktivism fácil". Traduzido do original: “*Actions performed via the Internet in support of a political or social cause but regarded as requiring little time or involvement, for example signing an online petition or joining a campaign group on social media. Ex: 'such email alerts make slacktivism easy'*”. Disponível em: <https://en.oxforddictionaries.com/definition/slacktivism>, acessado em 07/09/2017.

para as ciências sociais contemplarem análises mais profundas sobre a juventude, oferecendo à sociedade não somente uma contribuição científica, mas também sociológica, pautando inclusive, políticas públicas. O estudo contribui, ainda, sobre questões acerca das gerações como um produto da mídia ao refletir sobre o surgimento de categorias e características, tendo como objeto de pesquisa os *millennials*. Dessa maneira, pretendo apresentar uma leitura que desamarre preconceitos ou generalizações a respeito da juventude.

Para realizar a dissertação, consultei uma literatura que passa por autores de diferentes áreas, como Sociologia, Antropologia, Psicologia e Comunicação, no intuito de costurar o percurso que consiga desvendar as questões levantadas. Dentre diversos autores que contribuem para o desenvolvimento do percurso teórico desta dissertação, destacam-se Philippe Ariès (1981), David Le Breton (2017), Luís Antonio Groppo (2000) e Jon Savage (2009), que demonstram como a infância, a adolescência e a juventude são questões sociais. Arnold Van Gennep (2009) e Victor Turner (1974), por sua vez, apresentam os rituais e a transitoriedade como parte desse processo de construção. Pierre Bourdieu (1983) e Andreas Flitner (1968) nos ajudam a perceber as implicações de controle social que se estendem com relação aos jovens. Edgar Morin (2006 e 2009), Anthony Giddens (2002) e Stuart Hall (2006) refletem sobre aproximações entre as ideias de modernidade e identidade. Karl Mannheim (2007), Walter Jaide (1968) e Guita G. Debert (2001 e 2010) oferecem perspectivas fundamentais relativas à geração.

Conjugado à função teórica, o método qualitativo aplicado à pesquisa, em especial o trabalho de campo realizado, foi importante para buscar respostas: era necessário escutar os jovens. Logo, foi preciso realizar um recorte etário e geracional. Chamados de *millennials* ou Geração Y, os indivíduos que nasceram no início dos anos 1980 até os anos 2000 são classificados por suas características e comportamentos pelo conceito geracional – assunto que também será abordado no estudo. Realizei, então, entrevistas em profundidade, como técnica principal, com nove jovens moradores do Rio de Janeiro, entre maio e novembro de 2017. Usei como critério de seleção jovens de diferentes classes sociais e lugares da cidade. Os entrevistados foram indicações de pessoas que, de alguma maneira, os relacionavam com um tipo de mensagem de mudança social. Os *millennials* foram os informantes para essa pesquisa, divididos em duas categorias: os jovens

millennials e *millennials* especialistas. Entre os primeiros citados, busquei compreender sua relação com o mundo, se há identificação com o estereótipo amplamente divulgado pela mídia e parte da Academia, e entender sua concepção de mudança social. Foram oito jovens que se disponibilizaram a realizar a pesquisa em profundidade. Já o *millennial* especialista, que também é *millennial* (e isso não foi desprezado na entrevista), trabalha e lucra ao perceber como dialogar com a faixa etária. Ao mesmo tempo em que é jovem, é profissional que lida com as dificuldades de seu “público-alvo”. Esse processo de aproximação e distanciamento tornou a discussão ainda mais interessante. Um especialista realizou a entrevista em profundidade, o que resultou o total de nove entrevistas.

Também foram organizadas duas discussões em grupo no intuito de sustentar e assegurar se os resultados encontrados eram os mesmos em outros jovens além dos agentes de mudança social. Essa técnica complementou e deu mais segurança à pesquisa para seguir com aproximação do objeto e conclusões mais claras. Os grupos ocorreram com 15 jovens no primeiro e 13 no segundo, em sala de aula, com apresentação de um vídeo que abordava aspectos de geração e dos *millennials*. O intuito era verificar como reagiam ao discurso do que é dito sobre a sua personalidade, se concordam e quais são suas perspectivas quanto ao tema “mudança social”.

A discussão em grupo foi realizada em setembro e outubro de 2017, também na cidade do Rio de Janeiro. Ainda sobre a interpretação da mídia quanto a esses jovens, analisei um vídeo realizado por uma agência de pesquisas de tendências onde, novamente, tal geração ganha destaque. Dentre vários vídeos produzidos pela agência sobre os *millennials*, o escolhido faz referência a uma geração que quer ajudar a sociedade, chamados de “jovens-ponte” e provocando “microrrevoluções”. Ao longo do período da pesquisa, também notei que a Geração Y é pauta constante em matérias de revistas e sites na mídia em geral. Além do vídeo, a análise de conteúdo se deu através de um levantamento de matérias do jornal O Globo, onde temas relacionados aos *millennials* ou à Geração Y também foram abordados. A partir de tais resultados, duas matérias jornalísticas foram analisadas – somadas ao vídeo, resultam em três materiais observados pelo prisma da análise de conteúdo da mídia sobre essa juventude.

É importante lembrar que, enquanto indivíduo, pertencço à mesma geração pesquisada e é de se questionar sobre o afastamento do objeto. Entretanto, sobre tais dúvidas, a metodologia aprofundada poderá saná-las. E ainda, uma pergunta é devolvida para reflexão: como qualquer pesquisador estudará geração, já que inevitavelmente pertence a uma? A aproximação de idade foi usada a favor para criar confiança, laço, e ser vista como “uma pessoa que entende do que está se falando”, e não como uma adulta, indagando questões do seu mundo onde o jovem poderia se sentir acuado. O lugar de fala em que me encontro proporcionou uma relação de rápida identificação sobre os entrevistados, mas tal fala cedida a mim não foi usada, apenas o olhar. As vozes que aparecerão aqui são todas dos *millennials* entrevistados.

O capítulo 2, “Juventude, mudança social e geração”, teve como objetivo contextualizar historicamente como a categoria social da juventude nasceu e caminhou até, de fato, ser considerada um estágio de vida. Durante tal percurso, os jovens eram associados a alguns valores sociais, mas, principalmente, a um arrebatador: o de agente de mudança social. O capítulo apresentará a importância dessa articulação para a sociedade e a História do mundo moderno, assim como explorará as pesquisas que tentavam compreender o período entre conceitos e teorias, sobretudo, a geracional.

O capítulo 3, “Modernidade, a condição para a invenção da juventude”, buscará demonstrar a importância da modernidade como base de sustentação para a concepção de juventude tal qual se tem hodiernamente. Os anos pós-Segunda Guerra foram fundamentais para a juventude que emergia junto aos meios de comunicação e consumo, e que, por conseguinte, estimularam um imaginário juvenil construído através de gerações com características específicas.

A metodologia foi fundamentada no capítulo 4, “O percurso metodológico” destacando a técnica da entrevista em profundidade, central entre todas as outras usadas nesse trabalho.

O capítulo 5, “Representações midiáticas dos *millennials*”, apresenta o que é dito sobre a geração pelo prisma dos acadêmicos, assim como pelo da mídia, buscando também discutir sobre quais valores e características são atribuídos, então, a esse jovem.

O capítulo 6, “Os *millennials* por eles mesmos – o que revelou o campo”, apresenta os relatos dos *millennials* sobre a conjuntura e perspectiva do mundo em que vivem, assim como uma reflexão que busca compreender se a juventude se reconhece no desejo de mudança social ou não e, por fim, quem são esses jovens tão contraditórios pelo senso comum.

O objetivo principal da presente dissertação é acompanhar, em perspectiva histórica, como surgiu a noção de juventude e sua articulação com a ideia de mudança social até os dias atuais. Essa viagem no tempo procura revelar, ainda, como se chegou até o discurso que atribui aos *millennials* dados valores e, paralelamente, saber se eles se reconhecem no que lhes foi atribuído no senso comum. Dessa forma, o percurso da dissertação busca, sobretudo, adentrar nas intimidades e especificidades do que é produzido midiaticamente sobre os *millennials*. Esse exercício é construído até atingir a compreensão de mudança social para tal juventude. Assim, o estudo tem o intuito de refletir sobre as respostas dos jovens, principalmente sobre as relacionadas à mudança social, e o que é dito no senso comum guiado por discursos dos meios de comunicação e de outros pesquisadores. Através de tal comparação, a pesquisa propõe uma análise acerca da falta de equivalência entre alguns aspectos de seus relatos e a narrativa sobre os *millennials*, conclusão obtida na análise de conteúdo do capítulo 5.

O assunto iniciado pela pesquisa é de grande discussão na Academia e na mídia, e, dificilmente, observa-se um consenso sobre o emprego da noção de geração, principalmente aquela denominada “Y”. A presente análise não teria a pretensão de sanar tal impasse, mas contribuir para futuros estudos e descobertas na área acadêmica.