

**Contemporanea.** Salvador, v2, n.1, p. 173-194, junho de 2004.

## **JUVENTUDE, CULTURA E COMUNICAÇÃO**

**Stella Maria Peixoto de Azevedo Pedrosa\***  
**Maria Aparecida Campos Mamede-Neves\*\***

Tomando em conta algumas especificidades do jornal impresso, o presente artigo tem por objetivo discutir a participação da cultura e da comunicação como elementos de influência no campo da problematização moral da juventude. Este trabalho inclui-se em uma série de estudos vinculados ao Diretório de Pesquisa "*O Jovem e a Mídia*", apoiado pelo CNPq, no Departamento de Educação da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio). Pretende-se, desta forma, apresentar um enfoque original que contribua para a ampliação de investigações nesta área em estudo e, principalmente, para o surgimento de novas propostas de análise no campo de estudos sobre o jovem e a mídia.

Comunicação - cultura - juventude.

Taking into account the specificities of the diary press, the present article discusses how the culture and the communication influence the youth fields of moral problematization. This paper was produced like a particular study includes in the Investigation Directory "The young and the Media", supported by the CNPq, of the Education Department of *Catholic University of Rio de Janeiro* (PUC-Rio). We intends presents a new way of analyzing to contributing to the improvement of the developed investigation exercise in the area in study and, mainly, for the appearance of new proposed of analysis to studies includes in the field of the young and the media.

Communication - culture - youth.

Cet article analyse la importance de la culture et de la comunicación, en particulier du journal periodique, dans la construction de les champs de problematisation moral de la jeunesse. Le pont de départ de cet article a été las recherches réalisées par le group de travail *Le Jeune et les Media*, dans le Département d'Education de l'Univesité Catholique de Rio de Janeiro (PUC-Rio). Le chemin particulier présenté en cet étude veut mieux placer arguments pous neuves études et, par conséquent, dans la construction du savoir. Mais aussi comme principalement pour mieux juger les arguments de façons deanalyses qui porteront sur certaines recherches qui porteront sur la jeunesse et les midias.

Comunicación - culture - jeunesse.

Teniendo en cuenta las características de la prensa escrita, este artículo se propone discutir la importancia de la influencia de la cultura y de la comunicación en los estudios del campo de la problematización moral de la juventud. Este trabajo es parte de una serie de estudios desarrollados con apoyo del CNPq, vinculados al Directorio "El Joven y los Medios", del Departamento de Educación de la Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio). Se pretende presentar una contribución para el diseño de las investigaciones sobre las posibles influencias de los medios y, sobretudo, para el surgimiento de nuevas propuestas de análisis en ese campo.

Comunicación - cultura - juventud.

---

\* Doutoranda em Educação PUC-Rio Bolsista CNPq.

\*\* Professor Titular do Departamento de Educação PUC-Rio.

## INTRODUÇÃO

O presente artigo é um dentre vários estudos gerados por algumas das investigações vinculadas ao Diretório de Pesquisa "*O campos de problematização do Jovem e a Mídia*", apoiado pelo CNPq. A linha histórica dos trabalhos de investigação permanente deste diretório teve como ponto de partida as conclusões que emergiram dos resultados encontrados e analisados na pesquisa "*A construção do juízo moral em grupos de jovens pertencentes a 'sociedades emergentes' – um estudo na Barra da Tijuca, Rio de Janeiro*", desenvolvida no período compreendido entre 1999 a 2001, no Departamento de Educação da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio)<sup>1</sup>.

Esta pesquisa foi realizada dentro do universo acadêmico de uma universidade, a PUC-Rio, cujo corpo discente procede de uma expressiva gama de bairros da cidade do Rio de Janeiro e de cidades vizinhas, e se ocupou principalmente em analisar a posição de 1202 jovens universitários sobre quais seriam os principais valores e problemas da juventude atual, o que representou um contingente de 11,73 % de respostas em relação ao número total de alunos da PUC-Rio, resultado considerado bastante significativo quando se está tratando de uma pesquisa exploratória. Esse contingente foi também considerado estatisticamente significativo, quando analisado em relação à distribuição dos informantes pelos três Centros (e seus Departamentos de origem) que constituem a estrutura acadêmica central da PUC-Rio, quais sejam: CCS – Centro de Ciências Sociais; CTCH – Centro de Teologia e Ciências Humanas e CTC – Centro Tecnológico de Ciências. Em síntese: cotejando-se esses dados com a distribuição de todos os alunos da PUC-Rio também por Centros e pelos Departamentos a que pertenciam, a amostra obtida se mostrou representativa.

Ainda enfocando a pesquisa básica, partindo-se desse estudo mais amplo, o objetivo específico era saber se a posição dos jovens universitários moradores especificamente no bairro Barra da Tijuca diferia das respostas dadas pelo demais jovens. A escolha desse recorte se deu porque a Barra da Tijuca tem uma conotação social de "bairro emergente", ou seja, ser constituída por uma "sociedade emergente", expressão que significa grupos sociais constituídos por pessoas que ascenderam economicamente mas que não trazem uma estrutura de estirpe em suas histórias de vida e que se formam, pelo processo migratório entre os bairros de uma cidade ou entre estados de um país, a partir de demandas que geralmente representam essa ascensão sócio/econômica. Essas sociedades são vistas, pelos grupos sociais tradicionais, como sendo formadas por "novos ricos" e que incorpora com vigor os valores da pós-modernidade, dentre os quais está a importância da Mídia. No Rio de Janeiro, que foi capital do Brasil até 1960 e que divide, com outras cidades, as honras de deter o poder aristocrático das camadas sociais superiores, o bairro Barra da Tijuca parece

representar, nos tempos atuais, exatamente o tipo dessa "sociedade emergente", apontado como o de maior crescimento nos últimos anos, no Rio de Janeiro.

Uma vez que o objetivo principal dessa pesquisa contemplava o desejo de tentar saber se haveria variação entre os valores e problemas assumidos pelos que moravam em um bairro emergente (como a Barra da Tijuca) e os valores e problemas assumidos por jovens dos bairros de origem dos primeiros, procuramos verificar se a entrada da variável *moradia*, no tratamento dos resultados obtidos no grupo estudado como um todo, alterava a distribuição dos dados.

A análise final dos resultados encontrou um consenso de opiniões, quando comparamos os dados encontrados no *Grupo Barra* com os achados gerais da pesquisa, ou seja, com todas as informações colhidas nos 1202 questionários e, especificamente, com os dados relativos aos moradores dos bairros de onde saíram as famílias que integraram a Barra da Tijuca. Por conseqüência, a pesquisa não confirmou a idéia de que nessa "sociedade emergente" imperam valores e problemas diferentes de outros bairros da mesma cidade.

Num breve esboço, apenas como exemplo do que se produziu na pesquisa, temos o seguinte panorama:

---

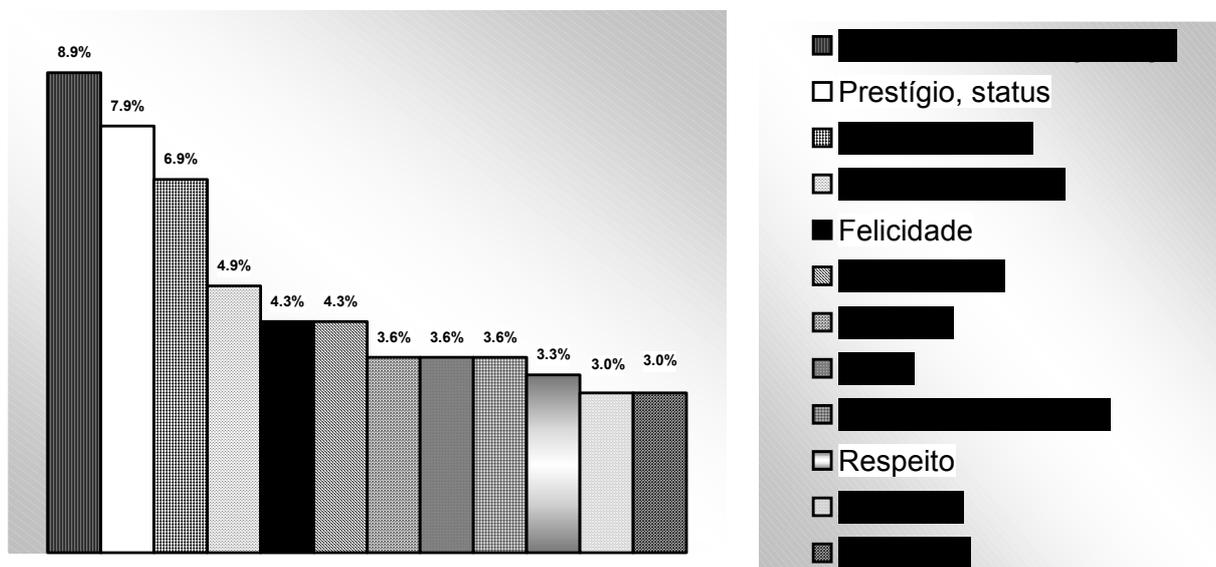
---

#### QUADRO 1

---

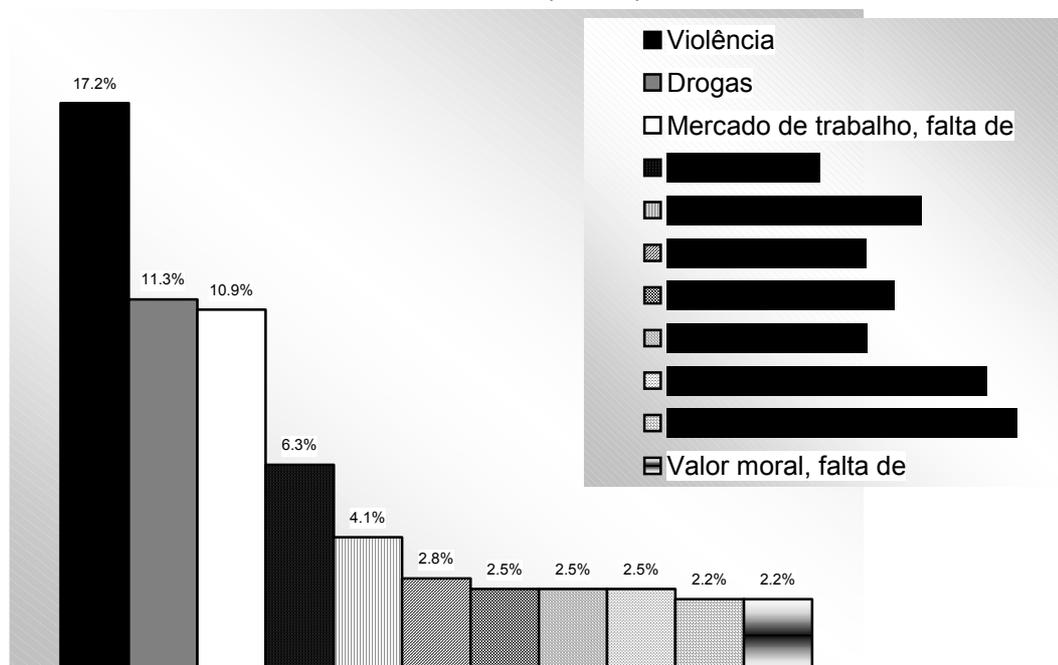
---

**Distribuição dos valores segundo jovens moradores da Barra  
PUC-Rio, 1999, (N = 305)**



**QUADRO 2**

**Distribuição dos problemas segundo jovens moradores da Barra  
PUC-Rio, 1999, (N = 320)**



O estudo analítico da imensa gama de dados que a pesquisa produziu convenceu-nos de que eles refletiam uma abrangência maior da questão estudada e que transcendia os limites geográficos

de uma cidade, talvez apontando para o fato de que o Rio de Janeiro já não apresenta mais tanta diferença quando se está falando da configuração contextual de seus bairros. Talvez esse fato possa ser consequência do denominado “efeito globalizante”. Ou, quem sabe, existiriam outras possíveis influências que não foram captadas na pesquisa; poderíamos, por exemplo, levantar a hipótese quase inversa, ou seja, que mentalidades e valores, que já são diferentes dos que predominariam nos bairros de origem dos atuais moradores da Barra, seriam fatores determinantes do desejo delas de se mudarem para a Barra da Tijuca. Dito de outro modo: as pessoas que querem vir morar na Barra são aquelas cujos valores correspondem aos que, pelo menos na opinião delas, definem o modo de viver na Barra. Nesse caso, não estaria havendo “influência” nenhuma, nem “adaptação” das pessoas que emigraram para este bairro.

De qualquer forma, se é certo que observamos uma homogeneização, também é difícil saber qual é o significado dela, sem a perspectiva temporal, sem a possibilidade de documentar uma mudança, certamente merecendo que outras investigações pudessem dar continuidade a ela. Na verdade, ficamos em mãos com um número incrível de dados objetivos cuja análise, como um hipertexto, abriu novos eixos, sugerindo aprofundamentos que emergiram ao longo de todo o caminho. Tomemos três deles que mais interessam ao presente artigo.

Um dos eixos tomado tem seu ponto de partida na ênfase clara que a pesquisa sugere com relação aos “problemas do contexto” e que recomenda que seja realizado um aprofundamento das questões que neles estão implícitas. Fatores como a influência da mídia, a mobilidade geográfica, a educação mais difundida, enfim, outros mecanismos poderiam ser identificados e apontados enquanto possibilidades interpretativas.

Um outro caminho também emergido da pesquisa é, a partir dessa imensa gama de dados, tratar de conceituá-los. Pelos dados obtidos, tomamos consciência da insuficiência dos modelos predominantes até agora adotados por quem estuda este campo de construção de valores morais. Encontrando respaldo nos resultados da própria pesquisa, vimos claramente a possibilidade de termos articulações entre problemas e valores, dentro do que Josep Maria Puig (1998) conceituou como *campo de problematização moral*, assunto ao qual voltaremos mais adiante. A opção pela idéia de Puig, em detrimento de outros, foi uma opção consciente nossa pelas razões que apontamos mais adiante.

Um terceiro ponto em relação principalmente à opinião sobre os *problemas*, mais do que, talvez, os *valores*, é **a influência da Mídia** (como instrumento comunicador), vista como uma das fortes fontes de formação do juízo moral da juventude, já acima mencionada. Mais do que relativa à construção dos valores morais, a análise dos resultados da pesquisa reforçou a pertinência do que os

meios de comunicação difundem como fator problematizador moral, indicando, assim, o estudo da mídia como elemento relevante na construção da personalidade moral em consonância com a teoria de Puig. Este foi um ponto que foi não só enfaticamente sublinhado pelos jovens informantes (N=1202) da pesquisa base, como também pelos constituíram o corpo de juizes que analisou essas respostas e pelos grupos focais que se realizaram em torno do tema dentro da PUC-Rio<sup>2</sup> Este fato, acrescido do estudo de outros trabalhos já publicados sobre este campo, mostrou que seria importante ver qual a repercussão da Mídia no contexto da juventude universitária, o que fez com que o Diretório caminhasse para o estudo, em processo, dos diferentes tipos de Mídia: impressa, televisiva e *on line*.

## 1. CAMPOS DE PROBLEMATIZAÇÃO MORAL E MÍDIA

Uma vez que se circunscreveu a investigação sobre a influência da Mídia em torno dos *Campos de problematização moral dos jovens*, é importante esclarecer que tomamos essa expressão “*campo de problematização*” dentro da perspectiva de Puig, pedagogo catalão, professor da Universidade de Barcelona e investigador da moralidade humana, na obra *A construção da personalidade moral* (1995, 1998) Ao tomarmos contato com suas idéias, percebemos que sua perspectiva conceitual procura integrar a socialização e a clarificação de valores no desenvolvimento de uma personalidade moral, personalidade essa construída pelo acúmulo de experiências de problematização moral que se faz até configurar um espaço homogêneo de vivências e controvérsias, de idéias, códigos e valores, assim como de atitudes e práticas que pautam e problematizam a vida sócio-moral em um terreno determinado. Para ele, “...os campos de problematização moral são, então, o espaço de produção e reprodução da cultura moral: o espaço que pauta a experiência” (Puig, 1998:163). Desse modo, a proposta assumida por Puig se mostrou frutífera em termos de base conceitual, ainda que o autor não tenha se detido, como desejávamos, num estudo teórico mais aprofundado deste conceito. Mesmo assim, parece-nos que o autor teve a capacidade de imbricar valores e problemas, mutuamente constituintes e constituídos, o que consideramos um bom avanço no estudo da construção do juízo moral de um sujeito.

Na verdade, a construção dos juízos morais indispensáveis à construção da cidadania constitui-se numa das mais complexas aprendizagens para o ser humano. Lucien Levy-Bruhl, citado por Yves de la Taille, no prefácio à edição brasileira da obra *O Juízo Moral na Criança* de Jean Piaget, sobre “de onde vêm os discursos morais que influenciam os homens”, enfatiza que “as teorias que se tecem sobre o assunto não nascem da reflexão pura e isolada de um pensador que, na verdade, pensa sobre **a prática moral já estabelecida**, apenas lhe conferindo coerência”. Deste

modo, traz à tona a própria idéia de Piaget, afirmando que “primeiro está a ação, depois a tomada de consciência desta abstração, que, aliás, pode muito bem ser crítica, mas que tem necessariamente por base a prática vigente” (Piaget, 1994:11). Estabelece, assim, a idéia de que é preciso que se desenvolvam estudos que possam compreender como a moral e o desenvolvimento de valores éticos se traduzem em diversas culturas, trazendo a idéia de Piaget de que devemos “pensar o homem datado historicamente e situado geográfica e culturalmente.” (La Taille, in Piaget, 1994:12)

Alguns aspectos da perspectiva piagetiana, particularmente a ênfase no juízo mais do que no comportamento moral, permaneceram na tradição inaugurada a partir do final dos anos 1960 pelo pesquisador norte-americano Lawrence Kohlberg. Seguindo Piaget (1994), Kohlberg se centra no estudo dos critérios que levam um sujeito a chegar a uma decisão frente a um dilema moral. Tendo em vista que trabalhos posteriores questionaram a questão das diferenças entre indivíduos e de possíveis "anomalias" na seqüência dos estádios kohlberianos, temos a convicção de que uma análise crítica da metodologia proposta por Kohlberg, baseada em pontos, merece ser feita, mas não foi ponto de referência nosso, uma vez que fugia aos propósitos de nossa busca teórica. Por isso, seguimos nossa trajetória conceitual em busca de melhor companheiro nessa viagem e foi assim que chegamos a Puig.

Entendemos a “moral” constituída por valores e princípios próprios a uma sociedade ou a um grupo social. Esses valores fundamentam as “normas morais”, o que implica dizer-se que as normas que prescrevem a conduta devem ter relação com as demais, especialmente no que se refere ao bem-estar do próximo, à liberdade, aos direitos e à justiça. Em princípio, podemos dizer que as normas morais são universais; na prática, entretanto, elas admitem todo tipo de exceções e matizes. Sua aplicação depende da representação que o sujeito tem da situação e da pessoa em relação às quais a norma deverá ser aplicada. Segundo Puig, já citado anteriormente, as experiências de problematização moral acabam se transformando em campos que, em um momento histórico determinado, convertem-se em âmbitos privilegiados nos quais a controvérsia e a moralização são predominantes. Esses *campos de problematização moral* são construídos pelo acúmulo de experiências até configurar um espaço de vivências e controvérsias, de idéias, códigos e valores, assim como de atitudes e práticas que pautam e problematizam a vida sociomoral em um terreno determinado, o espaço de produção e reprodução da cultura moral: **o espaço que pauta a experiência.**

Em nossa empiria, constatamos que os valores e os problemas, tomados um a um e não mais por classes ou pela abrangência de uma universalidade, também se mostraram articulados entre si e o estudo dessa articulação confirmou as propostas de Puig, que estão sendo tomadas como

referencial teórico central. Na verdade, considerados conjuntamente, os valores e problemas vão muito além de uma simples lista de opiniões. Analisadas qualitativamente, no detalhe das temáticas e dos argumentos colocados nos depoimentos colhidos na pesquisa anterior, as respostas configuram um espaço de noções, de preocupações e de vivências sociomorais que nos aproxima da problemática da identidade e da socialização moral do jovem. No cerne delas está a percepção generalizada de crise de valores, um clima caracterizado pelo desencontro ou pela coexistência conflituosa daquilo que é desejado e desejável. A análise qualitativa dos depoimentos realça a dificuldade de encarar a multiplicidade de opções sociomorais disponíveis, e delinea diferentes articulações entre os problemas e os valores. (Mamede-Neves, Wilmer e Pedrosa, 2003)

Por outro lado, não há dúvidas de que os veículos de comunicação têm um relevante papel social na construção da cidadania que, infelizmente em muitos casos, não têm se cumprido a contento. Deficiências de linguagem, flagrante omissão jornalística ou excesso de foco em situações que não mereceriam essa importância levam a distorcer as bases que sustentam a construção de uma cultura ética, propiciando uma assimilação deformante dos fatos.

Particularmente em relação ao público jovem, a verdade parece ser a que a mídia não tem se preocupado muito em oferecer informações de boa qualidade sobre questões vitais para a juventude, ao mesmo tempo que não realiza uma investigação de porte sobre os sentimentos, os desejos e os anseios dessa população. Contudo, é certo também que o trabalho criterioso de pesquisa promovido pela ANDI/IAS/UNESCO sob o título "*Os jovens na mídia*" (2000) oferece dados que mostram um efetivo movimento na melhora de qualidade das matérias que estão sendo disponibilizadas ao público jovem e parece ser a própria divulgação periódica dos resultados dessa pesquisa que tem sido responsável, pelo menos em parte, pelo alavancamento da qualidade do material que vem a público para esse segmento da população. Diz a mesma pesquisa que "começam a ganhar espaço matérias que se dedicam a questionar mais profundamente o papel social da mídia e avaliar a influência da excessiva erotização e violência da programação televisiva sobre a formação dos adolescentes. Historicamente a mídia impressa discute a televisão mas o contrário pouco acontece" (ANDI/IAS/UNESCO, 2000:78).

Com relação aos meios de comunicação de massa e às redes comunicativas, Puig declara que "além de oferecer vários problemas impossíveis de serem experienciados diretamente, ou problemas desconhecidos, o que veiculam se relaciona com tudo o que ocorre nos meios habituais de vida dos sujeitos". (Puig, 1998: 160)

Pelo exposto acima, podemos ver que nossa opção no momento mais voltada para o jornal impresso mostrou-se pertinente no estudo da mídia como elemento de influência na

problematização moral. Além disso, favoreceu a investigação de possíveis articulações entre as temáticas veiculadas no jornal impresso e as apontadas pelos universitários. Cabe ressaltar que o jornal, em que pese ser um dos mais antigos meios de comunicação, permanece em uma privilegiada posição dentre outras tecnologias, mesmo as mais modernas, graças a sua assincronia, não existe hora determinada para lê-lo; a sua estrutura física que permite a sua mobilidade, pode ser lido e transportado em/para diferentes lugares; e a seu usual armazenamento em bibliotecas, o que confirma sua importância como fonte de pesquisa. Além disso, em virtude do aprofundamento das informações e da continuidade do debate que proporciona, o jornal impresso mantém sua importância no cenário midiático.

A observada relevância do papel do jornal impresso como constituidor dos *campos de formação moral* ressalta a importância de sua idoneidade. Quando um jornal é citado como referência de algum fato ou informação, ou seja, quando se diz que “deu no jornal” (Caldas, 2002), esta mídia está sendo reconhecida como uma fonte abalizada e confiável.

## **2. JUVENTUDE, CULTURA E COMUNICAÇÃO.**

Quando o jovem internaliza determinado tema a partir do jornal impresso ou de qualquer outra mídia, existe um juízo de valor, em função de sua inserção na sociedade, isto é, segundo o que tange a sua situação pessoal e ao seu grau de interesse.

O jornal não apenas tematiza em torno de campos de problematização moral como também, como um fenômeno comunicacional que é, enfatiza alguns pontos enquanto ignora outros. Ao mesmo tempo, articula diversos deles em torno de seu público leitor.

Como já dissemos, a empiria de nossas pesquisas mostrou que o conceito de *contexto cultural* não podia ficar circunscrito a uma demarcação geográfica e, também, que não se poderia ignorar a participação da cultura como um dos elementos fundamentais no forjamento dos valores e dos problemas da juventude.

Um estudo relacionado à *Juventude, Cultura e Comunicação*, desenvolvido por uma das integrantes do grupo<sup>3</sup>, indicou, pela importância de seus subsídios, a pertinência de incorporá-lo como contribuição para o aprofundamento da investigação, especialmente no que se refere à inserção da comunicação e da cultura nos campos de problematização moral.

Como ponto de partida, foi adotado um mapeamento seletivo, ou seja, foram destacados autores cujos conceitos fossem próximos ao interesse da investigação, aqueles cuja fundamentação contribuísse para o aprofundamento da pesquisa .

No que concerne aos estudos sobre a juventude, particularmente no campo educacional, a

maior parte está relacionada à instituição escolar. Dessa forma, ignora-se a continuidade do processo educativo estabelecido, intencionalmente ou não, em inúmeras relações presentes em outros espaços, entre os quais, o espaço midiático.

O **processo formativo** ocorre através de **inúmeras práticas** que se dão entre a continuidade e a descontinuidade, a previsibilidade e a aleatoriedade, a homogeneidade e a heterogeneidade; ou seja, **no próprio movimento da vida e da práxis social** em conjunto com mecanismos e ritos formalizados e concebidos para gerar aprendizagens, vivemos quotidianamente situações que **não foram intencionadas para serem educativas, mas que, efetivamente, geram efeitos educativos.** (Carrano, 2003: 16) (grifos nossos)

Este processo formativo, tal como nos apresenta Carrano, nos reporta a Puig quando ele afirma que cada sujeito "vive um conjunto de 'experiências de problematização moral' que o obriga a agir moralmente para aceitar e, em seguida, incorporar de algum modo essas experiências à sua personalidade." (1998:162)

Para Puig:

Os campos de problematização moral são conjuntos de experiências morais similares que a coletividade tematiza em um momento preciso de sua história, a propósito dos quais o que é prioritário é a moralização de seus membros e a aquisição de formas concretas de organização da sobrevivência e da conveniência coletiva. Os campos de problematização moral são simultaneamente espaços sociais de reflexão e ação moral nos quais se produz certa quantidade de saber normativo ou de guias de valor que norteiam o comportamento de cada um dos sujeitos e de todos conjuntamente. (1998:171)

Portanto, não apenas diferentes sociedades tematizam em diferentes momentos históricos, como também priorizam, de modo original, a moralização de seus membros. Também distintas concepções de *sociedade* referenciam diferentes perspectivas que exprimem paradigmas de *cultura*.

Tomamos aqui Geertz defensor de um conceito de *cultura* que, como ele próprio afirma, é essencialmente semiótico: “assumo a cultura como sendo essas teias [de significado] e a sua análise; portanto, não como uma ciência experimental a procura de leis, mas como uma ciência interpretativa, à procura do significado.” (1989:4) Para ele, a realidade é uma *teia de significados*, composta por sistemas de signos interpretáveis, tecida pelos próprios homens. Existe uma série de significados, incorporados em símbolos que são transmitidos historicamente. A *cultura* existe em um contexto de acontecimentos sociais, comportamentos, instituições, processos, etc. que podem ser descritos com densidade.

Algumas referências tomadas a partir da leitura de Simmel também contribuem para o estudo do tema. Para este autor, a sociedade fundamenta-se na *interação*, isto é, em função da existência de indivíduos em interação. Esta interação ocorre com base em determinados instintos e

fins comuns.

A *sociação* é a unidade constituída pelos indivíduos, a forma na qual eles realizam seus interesses, a qual “só começa a existir quando a coexistência isolada dos indivíduos adota formas determinadas de cooperação e de colaboração, que caem sob o conceito geral de interação” (Simmel, 1983<sup>a</sup>: 60)

Simmel, que resumidamente designa “a sociabilidade como a forma lúdica da sociação” (1983b: 169), assim a detalha:

...a ‘sociedade’ propriamente dita é o estar com um outro, para um outro, contra um outro que, através do veículo dos impulsos ou dos propósitos, forma e desenvolve os conteúdos e os interesses materiais ou individuais. As formas nas quais resulta esse processo ganham vida própria. São liberadas de todos os laços com os conteúdos; existem por si mesmas e pelo fascínio que difundem pela própria liberação destes laços. É isto precisamente o fenômeno a que chamamos sociabilidade. (1983b:168)

E prossegue:

**Interesses e necessidades específicas**, certamente fazem com que os homens se unam em associações econômicas, em irmandades de sangue, em sociedades religiosas, em quadrilhas de bandidos. Além de seus conteúdos específicos, todas estas sociações também se caracterizam, precisamente, por um sentimento, entre seus membros, de estarem sociados, e pela satisfação derivada disso. **Os sociados sentem que a formação de uma sociedade como tal é um valor**; são impelidos para essa forma de existência. (Simmel, 1983b:168) (grifos nossos)

Se os campos de problematização moral são “espaços culturalmente construídos que ajudam a ler a experiência, que a problematizam e que de certo modo pautam os caminhos que seguirão as respostas socialmente desejáveis” como afirma Puig (1998:172), tudo indica que estes são constituídos em diferentes *sociações* de acordo com a *teia de significados* de diferentes contextos culturais. Portanto, seguindo este raciocínio, podemos observar não apenas valores distintos em uma sociedade religiosa e em uma quadrilha de bandidos, mas também valores comuns a essas duas sociações (Geertz, 1989).

Simmel (1983a,b) contribui para a compreensão do conceito de *espaços de sociabilidade*: espaços onde os indivíduos se agrupam em torno de interesses comuns, estabelecem valores e conhecimentos, consolidam relacionamentos e processos identitários, permitindo aos jovens posicionarem-se diante de si mesmos e da sociedade.

Dirigindo nossa análise para a questão midiática, indagamo-nos se a maior constância ou o maior destaque de determinadas temáticas em este ou aquele jornal dá-se em função do seu público leitor ou de sua linha editorial. Ao que nos parece, trata-se de uma situação circular em que o leitor busca o jornal por sua linha editorial, enquanto este procura atender ao anseio de um determinado público.

Se, por um lado, nos espaços de sociabilidade muitas discussões originam-se de temas abordados pela mídia embora, com bastante frequência, poucos tenham lido a matéria ou sequer a manchete publicada; por outro talvez possamos afirmar que a própria mídia aglutina em torno de si leitores que a buscam em virtude de interesses comuns e que constituem uma espécie de espaço de sociabilidade virtual. Se algumas discussões travam-se de modo presencial, outras se posicionam através da própria mídia que publica e responde cartas de seus leitores, além de divulgá-las através de colunas específicas.

### 3. REPENSANDO O ESPAÇO URBANO

Considerando a existência de diversas *redes de sociabilidade* no *espaço urbano*, a relação que se estabelece entre os diferentes espaços sociais amplia o contexto gerador da cultura juvenil, da construção de referenciais e, conseqüentemente, dos campos de problematização moral, apontando para um consumo e uma produção específica que assinala a vivência de novas formas de *sociabilidade*, de *consumo* e de *produção cultural*.

Como já apontamos, embora o conceito de contexto não possa ficar circunscrito a uma demarcação geográfica, devendo ser tomado em um sentido bem mais amplo, não se pode ignorar a importância do *espaço urbano* como determinante de situações sócio-culturais que interferem nos campos de problematização moral e, conseqüentemente, na construção da personalidade moral.

Em geral, o *urbano* é relacionado com características arquitetônicas e com o número e características de edificações. Museus, igrejas, bibliotecas, etc. são apontados como recursos educativos do *espaço urbano*, sobretudo quando considerados de valor histórico. Porém existem inúmeros outros espaços, compostos por diferentes práticas resultantes de ações individuais e coletivas que constituem, por seus usos e representações, relevantes recursos culturais e educativos, que configuram aspectos culturais e comunicacionais e geram significados relevantes na integração de uma sociedade, na construção de identidades e, conseqüentemente, na constituição de campos de problematização moral.

Ao concentrar elementos materiais e simbólicos, simultaneamente relacionais e educativos, o *espaço urbano* favorece a troca, o diálogo, nos *espaços de sociabilidade* aos quais nos referimos anteriormente, especialmente nos *espaços de sociabilidade lúdica*.

A participação no *espaço urbano* é diferenciada e desigual. Uma mesma cidade é experimentada de diferentes maneiras por seus habitantes; o *espaço urbano*, ao que tudo indica nossa investigação, não é um fator primordial na problematização moral de jovens universitários. O processo de formação da sociedade compõe-se de inúmeras relações e, neste sentido, a

problematização moral realiza-se em função da quantidade e da qualidade de relacionamentos vividos, que naturalmente não se limitam ao *espaço urbano* de origem.

No *espaço urbano* concentram-se diferentes *culturas* que se interceptam configurando uma rede de trocas que transforma seus costumes e suas expectativas. Logo, este *espaço* pode ser pensado como **um lugar social** onde se dá uma **relação entre outros espaços e práticas** que remetem ao conceito de *cultura*, já assumida por nós nos termos apresentados por Geertz (1989).

García Canclini, a este respeito, levanta alguns questionamentos:

Por acaso é possível abarcar com um só conceito – o de cultura urbana – a diversidade de manifestações que a cidade gera? Existe realmente um fenômeno único e distinto do espaço urbano em aglomerações complexas e heterogêneas como Nova York, Beijnjing e Cidade do México, ou seria preferível falar de vários tipos de cultura dentro da cidade? Nesse caso as delimitações devem ser feitas seguindo critérios de classe social, de organização do espaço ou outros?” (s.d., s.p.):

Por outro lado, para Maffesoli, a *noção espacial de bairro* ressurgiu, mas não para delimitar "um conjunto de ruas, designar uma área libidinalmente investida (bairro 'quente', do 'vício', etc.), fazer referência a um conjunto comercial ou a um ponto nodal dos transportes coletivos" (2000:33). A *noção espacial de bairro* tem como fundamento "a inscrição local, a especialização e os mecanismos de solidariedade que são o seu corolário". (Maffesoli, 2000:33) O *bairro* inscreve-se no imaginário coletivo, sintetizando em seu *espaço público*, funcionalidade e carga simbólica.

Martín-Barbero cita um estudo, de L.H. Gutierrez e L. A. Romero, no qual o bairro é definido em função “de duas coordenadas: o movimento de deslocamento espacial e social da cidade por força do aluvião imigratório: e o movimento de fermentação cultural e política de uma nova identidade do popular” (2001:281) Essa *cultura de bairro*, se configura, segundo Martín-Barbero, a partir de três campos: “os que são constituídos por fatores alheios, como a escola; os que apesar de se constituírem por fora são dotados de significado próprio, como o café; e os que são criação em larga medida autônoma dos setores populares, como as bibliotecas e os clubes.” (2001:282) Para Martín-Barbero, o *bairro* indica a “especificidade de produção simbólica dos setores populares na cidade” (2001:286)

Para García-Canclini (1999), uma difícil questão é saber se em um único conceito de *cultura urbana* é possível abranger uma diversidade de manifestações que a cidade gera. Ele questiona se o sentido da cidade constitui-se naquilo que pode ser feito meio às suas determinações, no que a cidade responde, com suas estruturas e interações, às necessidades e desejos. Por isso, em torno de uma mesma atividade, grupos de jovens constituem redes de amizade em função não apenas de escolhas pessoais, já que a disponibilidade do grupo está relacionada com o *entorno social imediato*, ou seja, com a localização espacial e com a inserção na estrutura social.

Maffesoli aponta que a cidade compõe-se por múltiplas tribos centradas na trama urbana e em constante interação entre si. "O objeto cidade é uma sucessão de territórios onde as pessoas, de maneira mais ou menos efêmera; se enraízam, se retraem, buscam abrigo e segurança" (2000:194). Se, por um lado, concordamos que no *espaço urbano* estão concentradas uma série de elementos materiais e simbólicos que servem como referência para determinada sociedade, lembramos, por outro, que face a uma mesma situação social, apresentam-se distintos enfoques que configuram uma sociedade como *construtora de identidade*.

García-Canclini (1999) aponta a *fragmentação* das identidades e a *globalização* das mesmas, concretizadas a partir de um menor interesse pelas comunidades referenciadas na nação e maior naquelas centradas em grupos religiosos, em atividades desportivas, em produtos da *massmídia*, etc. ou seja formada por pessoas que compartilham gostos ou interesses próximos e que giram em torno de *consumos simbólicos*.

Esse processo de fragmentação aproxima-se do conceito de *sociedade tribal* de Maffesoli (2000). Sob esse ponto de vista não é a etnia, o gênero ou a idade que constituem a unidade de análise desse espaço, mas sim os diferentes grupos de se auto-organizam meio a inúmeras transformações e à instabilidade do *espaço urbano*.

Embora bastante articuladas, *cultura* e *identidade cultural* são noções distintas. A *cultura* relaciona-se, em grande parte, com processos inconscientes enquanto que a *identidade* é necessariamente consciente (Cuche, 2002).

A *identidade cultural* ao distinguir o *eu* dos *outros*, refere-se não apenas ao indivíduo como também ao grupo, ou seja, os traços culturais que os membros de um grupo utilizam para “afirmar e manter uma distinção cultural” (Cuche, 2002: 182) que define a identidade desse grupo.

Recorremos à afirmação de Geertz:

A história de qualquer povo em separado e a de todos os povos em conjunto, como também, a rigor, a história de cada pessoa tomada individualmente, tem sido a história dessa mudança de idéias, em geral devagar, às vezes mais depressa; (...) tem sido a história das mudanças dos sistemas de sinais, das formas simbólicas e das tradições culturais. (2001:76)

Neste ponto voltamos a Puig quando diz que:

As formas materiais mediante as quais se constrói a subjetividade são experimentadas, assimiladas e vividas em toda a sua singularidade pelos sujeitos, no íntimo de sua história pessoal. (...) o último ato na construção da identidade moral é elaborar e narrar a história pessoal ou biográfica. (1998:138-9)

A identidade, como aponta Maffesoli, refere-se “tanto ao indivíduo quanto ao grupamento no qual este se situa: (...) **a identidade** em suas diversas modulações **consiste**, antes de tudo, na

aceitação de ser alguma coisa determinada". [grifo nosso] (2000: 92)

#### 4. GLOBALIZANDO...

No contexto das tecnologias da comunicação, ao aproximarem-se hábitos e idéias de pessoas espacialmente distantes, as inovações tecnológicas contribuiriam para a standardização de necessidades pessoais. Como afirma Ortiz, "Ciência, tecnologia e consumo são vetores importantes no processo de formação de uma sociedade globalizada". (1998:32) Nesse sentido, retornamos às indagações iniciais que movem nossa investigação: se ou o quanto a mídia influencia a constituição de *campos de problematização moral*.

Cabe lembrar que *as mídias e as corporações*

se configuram em instâncias de socialização de uma determinada cultura, (...) Mídia e empresas são agentes preferenciais na sua constituição; elas fornecem aos homens referências culturais para suas identidades; A solidariedade solitária do consumo pode assim integrar os imaginário coletivo mundial, ordenando os indivíduos e os modos de vida de acordo com uma nova pertinência social. (Ortiz: 144-5)

Para Ortiz, "a cultura enquanto fenômeno de linguagem é sempre passível de interpretação, mas em última instância **são os interesses que definem os grupos sociais que decidem sobre o sentido da reelaboração simbólica desta ou daquela manifestação**". [grifo nosso] (1985:142).

Considerando que a identidade está vinculada à aceitação e que os interesses que definem os grupos interferem no sentido da reelaboração simbólica, perguntamo-nos: qual a força da *globalização* ou da *mundialização*, como preferem os franceses, para forjar identidades?

Se, anteriormente, os territórios eram a referência para as identidades, hoje em decorrência da globalização os meios de comunicação, principalmente, são os que geram repertórios textuais e iconográficos (García-Canclini, 1999). Assim, muitos jovens espacialmente distantes utilizam roupas, instrumentos e objetos específicos, mas será que eles também compartilharm valores e vivenciam problemas comuns? Sem qualquer pretensão de encerrar *uma resposta* e reconhecendo a necessidade de amadurecimento de algumas dessas colocações, expomos questões que indicam como está caminhando o espaço reflexivo de nossos estudos.

Observamos que, apesar de inseridos em um amplo cenário e das indicações de um processo de *unificação*, o *homogêneo* e o *heterogêneo* estão entrelaçados em função de um movimento constante que integra a *identidade* e a *diferença*, marcas de um processo de *hibridização*. Assim, colocam-se lado a lado a (pré)determinação de alguns padrões e os elementos que marcam a diferenciação.

Se, por um lado, existem matrizes que constituem elementos aglutinadores de identidades

em torno de determinadas concepções, dificilmente elas são estáticas, isoladas de outras que circulam de diversos modos na sociedade. Inclui-se aqui o circuito midiático como motor desse dinamismo.

Assim, a personalidade moral construída a partir da interação com outros sujeitos muitas vezes se constitui com a participação *do e no* circuito midiático. Nesse sentido, concordamos com Martín-Barbero quando refere-se à comunicação como um espaço estratégico e aponta a necessidade do deslocamento do debate para as *mediações*, “para as articulações entre práticas de comunicação e movimentos sociais, para as diferentes temporalidades e para a pluralidade de matrizes culturais” (2001:270). Temos claro a importância dessa discussão que pode ser ainda mais enriquecedora se ampliada com a articulação da *mídia* com *campos de problematização moral*.

Por outro lado, igualmente destacamos a relevância de considerar-se a visão ecossistêmica em relação ao tema. No campo da comunicação, “a família, a comunidade educativa ou uma emissora de rádio criam, respectivamente, ecossistemas comunicacionais”, o que confirma a importância de estudos que privilegiem como “os indivíduos e as instituições podem pertencer e atuar, simultaneamente, em distintos ecossistemas comunicacionais, uns exercendo influências sobre os outros”. (Schaun,2002:93). Neste sentido, com base nos teóricos apresentados, compreendemos que diferentes *espaços de sociabilidade* – tais como família, escola, grupos de jovens (presenciais ou via web) articulam-se gerando *espaços comunicacionais* que, no seu conjunto, constituem ecossistemas comunicacionais articulados entre si.

Esperamos que nossas considerações, aqui tecidas de forma resumida, tenham apontado o quanto esse esboço teórico nos vem permitindo uma aproximação maior às questões concernentes à proposta da investigação: a comunicação como uma dimensão do social, como prática comunicativa que se inscreve nas relações sociais e expressa os vínculos do sujeito, em especial o jovem, com distintos *espaços comunicacionais*. Longe de pretender esgotar o tema, nosso objetivo é apresentá-lo buscando construir novos espaços de discussão que ampliem o conhecimento sobre o jovem e a mídia.

## NOTAS

\* MAMEDE-NEVES, M.A. C. A construção do juízo moral em grupos de jovens pertencentes a “sociedades emergentes” – *um estudo na Barra da Tijuca, Rio de Janeiro*, Rio de Janeiro: PUC-Rio, 2001 (Relatório Final do Projeto Integrado CNPq)

<sup>2</sup> Para maiores esclarecimentos sobre os dados levantados remetemos o leitor aos seguintes trabalhos:

MAMEDE-NEVES, M. A. C., WILMER, C., PEDROSA, S. M. P. A. Campos de Problematização Moral do Jovem. *Psicopedagogia – Revista da Associação Brasileira de Psicopedagogia*. N. 63, v.20, 2003. p. 218-227.

MAMEDE-NEVES, M. A. C., FERRAZ, E., PEDROSA, S. M. P. A., ELEÁ-SANTIAGO, I., BERTON, J., ZAPPA-DE-AGUIAR, I. Em busca de uma metodologia para a análise da mídia escrita. *Lumina*, FaCom, UFJF.(no prelo)

MAMEDE-NEVES, M. A. C., VIDAL, F., WILMER, C. Problemas e Valores Apontados por jovens universitários pertencentes a “sociedades emergentes”: um estudo sobre a Barra da Tijuca, Rio de Janeiro. *Alceu. Revista de Comunicação, Cultura e Política*. Departamento de Comunicação Social - PUC-Rio. V.4, n.7, jul/dez 2003, p. 164-195.

WILMER, C WILMER,C. Desemprego e auto-estima: uma tentativa de entendimento, Rio de Janeiro:PUC-Rio, 2003. Tese de Doutorado em Educação.

<sup>3</sup> Este estudo foi apresentado por Stella Maria Peixoto de Azevedo Pedrosa, como trabalho final para o Curso *Educação e Tecnologias da Comunicação*, ministrado pela Profa.Dra. Rosália Duarte, dentro do Programa de Doutorado em Educação do Departamento de Educação, PUC-Rio em 2003.2.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANDI/IAS/UNESCO. *Os jovens na mídia* (publicação digital) [www.andi.org.br](http://www.andi.org.br) Capturado em 2002.  
[www.adolec.br/bvs/adolec/P/pdf/jovens-midia.pdf](http://www.adolec.br/bvs/adolec/P/pdf/jovens-midia.pdf), 2000. Capturado em 2004.

CALDAS, Álvaro (org). *Deu no jornal*. São Paulo: Ed. Loyola, 2002.

CARRANO, Paulo César Rodrigues. *Os Jovens e a Cidade: identidades e práticas culturais em Angra de tantos reis e rainhas*. Rio de Janeiro: Relume Dumará / FAPERJ, 2002.

\_\_\_\_\_. *Juventudes e Cidades Educadoras*. Petrópolis, Vozes, 2003.

CUCHE, Denys. *A noção de cultura nas Ciências Sociais*. Bauru (SP): EDUSC, 2002.

GARCÍA-CANCLINI, Néstor. *Consumidores e Cidadãos: conflitos multiculturais da globalização*. Rio de Janeiro: UFRJ, 1999.

\_\_\_\_\_. *Culturas urbanas de fin de siglo: la mirada antropológica*. [www.unesco.org/issj/rics153/canclinispa.html](http://www.unesco.org/issj/rics153/canclinispa.html). Capturado em 3 dez 2003

GEERTZ, Clifford. *A Interpretação das Culturas*. Rio de Janeiro: LTC, 1989.

\_\_\_\_\_. *Nova luz sobre a Antropologia*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

LA TAILLE, Yves. Prefácio. In: PIAGET, J. *O juízo moral na criança*. São Paulo: Summus, 1994.

MAFFESOLI, Michel. *O tempo das Tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2000.

MAMEDE-NEVES, M. A. C., WILMER, C., PEDROSA, S. M. P. A. Campos de Problematização Moral do Jovem. *Psicopedagogia – Revista da Associação Brasileira de Psicopedagogia*. n. 63, v.20, p. 218-227, 2003.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: UFRJ, 2001.

ORTIZ, Renato. *Cultura Brasileira e Identidade Nacional*. São Paulo: Brasiliense, 1985.

\_\_\_\_\_. *Mundialização e Cultura*. São Paulo: Brasiliense, 1998.

PIAGET, J. *O juízo moral na criança*. São Paulo: Summus, 1995.

PUIG, Josep María. *A construção da personalidade moral*. São Paulo: Ática, 1998.

\_\_\_\_\_. Construcción dialógica de la personalidad moral. *Revista Iberoamericana de Educación*. n.8. [www.campus-oei.org/oeivirt/rie08a04.pdf](http://www.campus-oei.org/oeivirt/rie08a04.pdf), 1995. Capturado em 6 nov 2002.

SCHAUN, Angela. *Educomunicação: reflexões e princípios*. Rio de Janeiro: Mauad, 2002.

SIMMEL, Georg. O Problema da Sociologia. In: MORAES FILHO, Evaristo. (org.) *Georg Simmel: Sociologia*. São Paulo: Ática, 1983<sup>a</sup>, p. 59-78.

\_\_\_\_\_. Sociabilidade – Um exemplo de sociologia pura ou formal. In: MORAES FILHO, Evaristo. (org.) *Georg Simmel: Sociologia*. São Paulo: Ática, 1983<sup>b</sup>, p. 165-181.