

Juventude, cidadania e comunicação

Alexandre Barbalho¹

RESUMO

O artigo faz uma abordagem retrospectiva sobre as relações entre juventude e cidadania a partir dos trabalhos apresentados no Grupo de Pesquisa “Comunicação e Cidadania” da Intercom desde o seu surgimento em 2001 até 2009. São feitas tanto uma análise quantitativa (a presença do tema “juventude” no universo dos artigos), quanto uma qualitativa (como a juventude é abordada tematicamente e conceitualmente ao longo dos 9 encontros anuais). O objetivo é mostrar o “estado da arte” sobre a questão oferecendo subsídios para análises mais amplas sobre as relações mediadas pela comunicação que a juventude estabelece com a cidadania.

Palavras-chave: comunicação, juventude, cidadania.

ABSTRACT

Youth, citizenship and communication. This article presents a retrospective approach on the relationship between youth and citizenship from the papers presented at the Intercom’s Research Group “Communication and Citizenship” from 2001 to 2009. It shows a quantitative analysis (the “youth” theme in the articles) and a qualitative (how the theme “youth” is discussed, conceptually and thematically, throughout the nine annual meetings). The goal is to offer material for a broader analysis on the relationship that is mediated by communication between young people and citizenship.

Key words: communication, youth, citizenship.

Introdução

Pierre Bourdieu (1989, p. 36), ao fazer uma introdução à sociologia reflexiva, defende que quando o sociólogo deixa em “estado impensado o seu próprio pensamento” ele se condena a ser um “instrumento daquilo que ele quer pensar”. Para romper com esse estado, ele indica a necessidade de se fazer a “história social dos problemas, dos objetos e dos instrumentos de pensamento, quer dizer, do trabalho social de construção de instrumentos de construção da realidade social”, trabalho esse que opera no *socius*, seja no seu conjunto, ou em algum de seus campos especializados, inclusive, e especialmente, no das ciências sociais.

Fazer essa história social proposta por Bourdieu é compreender a emergência desses problemas, objetos e instrumentos de pensamento, a sua constituição progressiva por meio do trabalho coletivo realizado no interior

das ciências sociais, dentro da lógica de funcionamento do campo, a ponto de se transformarem em problemas legítimos, socialmente produzidos.

As indicações do sociólogo francês são válidas não apenas para as ciências sociais, ou mesmo humanas, mas trata-se de pressuposto aplicável a todo o campo científico e acadêmico, uma vez que mesmo o mais exato dos conhecimentos resulta de um trabalho coletivo – portanto, social – de construção. Eis porque afirmo ser válido o esforço da história social dos problemas, dos objetos e dos instrumentos de pensamento também no campo da Comunicação.

O artigo que segue, nos limites impostos pelo tamanho e pela natureza do texto, se guia nas orientações de Bourdieu para fazer um levantamento do “estado da arte” sobre as pesquisas que abordam as relações mediadas pela comunicação entre juventude e cidadania. O recorte de análise (e um dos limites aos quais me referi)

¹ Universidade Estadual do Ceará. Universidade Estadual do Ceará, Centro de Humanidades. Av. Pajarana, s/n, Itaperi, 60900-000, Fortaleza, CE, Brasil. E-mail: alexandrebarbalho@hotmail.com

é o dos trabalhos apresentados no Grupo de Pesquisa “Comunicação para a Cidadania”, integrante do quadro de grupos de pesquisa da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom), desde o seu surgimento, em 2001, até 2009². Para tanto, procedo a uma análise quantitativa (a presença do tema “juventude” no universo dos artigos) e qualitativa (como a juventude é problematizada ao longo dos 9 encontros anuais).

O texto estrutura-se em duas partes. Na primeira, faço uma contextualização da trajetória de funcionamento do referido GP. Na segunda, discuto os trabalhos apresentados que abordam as relações entre comunicação, juventude e cidadania.

O Grupo de Pesquisa “Comunicação para a cidadania”: uma breve trajetória³

O Núcleo de Pesquisa (NP), posteriormente Grupo de Pesquisa (GP) “Comunicação para a Cidadania”, surgiu em 2001, dando continuidade aos trabalhos e às discussões desenvolvidos no Grupo de Trabalho (GT) “Comunicação e Culturas Populares”, extinto no ano anterior. A partir de 2006, absorve também os temas do NP “Comunicação e Cultura das Minorias”.⁴

Tal como está expresso em sua ementa⁵, o GP “Comunicação para a Cidadania” objetiva abordar os aspectos teóricos e metodológicos resultantes de pesquisa sobre as inter-relações entre comunicação e cidadania, a partir das relações dos campos comunicacional e midiático com as culturas populares, comunidades, identidades culturais e minorias, com ênfase nos processos que se desenrolam no âmbito dos movimentos populares, comunitários, sindicais e nas ONGs, bem como nas esferas partidárias e religiosas.

São priorizados igualmente estudos sobre ações e práticas comunicacionais alternativas e comunitárias envolvendo as apropriações e os usos das tecnologias da comunicação pelas redes de movimentos sociais no contexto da sociedade globalizada que envolvam perspectivas cidadãs relacionadas à diversidade cultural e à interculturalidade e em que estejam implicadas noções e/ou interfaces com classe social, gênero, geração, etnia, religião, regionalismo e migrações, além de outras experiências identitárias e minoritárias.

A ementa do GP se insere no entendimento de que no mundo contemporâneo é possível identificar, no mínimo, duas transformações no que se refere à cidadania. Na primeira, ela deixa de aparecer ancorada somente nas clássicas noções de direitos civis, políticos e sociais, e se reconfigura por meio da combinação de inúmeros elementos e experiências tais como os valores identitários (étnicos, geracionais, sexuais etc.).

A segunda transformação se refere à crescente aliança entre mídia e cidadania, que incide tanto nos modos de uso das mídias por parte dos movimentos sociais, como na formulação e na gestão dos projetos de cidadania desses movimentos.

As pesquisas apresentadas no GP assumem essas reconfigurações da cidadania com a incorporação do conflito, da ambiguidade e do poder como experiências substantivas de dinâmicas configuradoras dos processos comunicacionais e midiáticos, na tentativa de compreensão da pluralidade de cenários e experiências em que esses processos se mesclam como resultado de entrecruzamentos e inter-relações entre instâncias, âmbitos, dimensões, temporalidades, territorialidades, emergências e convergências tecnológicas.

Ao longo desses 9 anos (2001-2009), foram 247 trabalhos apresentados nos encontros do GP. Percebe-se que são, na maioria, estudos de caso, os quais, a partir de determinada perspectiva teórico-metodológica, apresentam e interpretam dados de uma pesquisa. Alguns, no entanto, têm por foco central justamente a discussão de questões teóricas e metodológicas.

² A temática analisada, que poderíamos sintetizar como “comunicação, juventude e cidadania”, não é exclusiva do referido GP, mas encontra-se em outros dos 23 grupos que integram a Intercom, como, por exemplo, o “Comunicação e cultura urbana” e o “Comunicação e cultura das minorias”, este último, extinto em 2005. A escolha se deu por sua relação privilegiada com a questão da cidadania, expressa em seu título, e pelo meu vínculo de pesquisador nucleado e coordenador do GP em 2009-2010, o que me possibilita um olhar privilegiado, diria etnográfico, sobre esse espaço acadêmico.

³ Essa parte baseia-se em Barbalho *et al.* (2010), “Comunicação para a cidadania: um breve panorama das tendências de pesquisas a partir da Intercom”. Para uma contextualização do GP “Comunicação para a cidadania”, ver também Barbalho *et al.* (2008); Fuser (2008a); Cogo e Maia (2006) e Cogo (2006).

⁴ Para uma compreensão dos temas e autores agregados no NP “Comunicação e cultura das minorias” ver Barbalho e Paiva (2005)..

⁵ Disponível em <http://www.intercom.org.br/pesquisa/gps/cidadania.shtml>.

É possível agrupar o universo dos trabalhos por meio de categorias construídas a partir das temáticas mais recorrentes: (1) comunicação sindical; (2) cultura e sociabilidade; (3) perspectivas teóricas; (4) discurso e representação social nas mídias; (5) rádios comunitárias; (6) rádio e cotidiano; (7) comunicação institucional e responsabilidade social; (8) multiculturalismo, interculturalidade e identidade; (9) tecnologias digitais, ciberativismo e redes virtuais; (10) cultura regional; (11) velhice; (12) juventude; (13) gênero; (14) etnias/minorias; (15) comunicação nas políticas públicas/governamentais; (16) comunicação eclesial; (17) comunicação comunitária; (18) educação; (19) outros (formação; história e censura; ética; ideologia e consenso; perspectivas do NP; comunicação e deliberação).

Tomadas as categorias de forma isolada, e por sua quantificação, o tema “Multiculturalismo, interculturalidade e identidade” é um dos mais presentes nos encontros anuais, ao lado de “Discurso e representação social nas mídias”. De muito perto, segue-se o tema “Comunicação institucional e responsabilidade social”.

Esse quadro mostra como tem estado presente nos estudos da área a compreensão de que a comunicação para a cidadania se constrói ou se confunde com a comunicação que se desenvolve na perspectiva institucional de organizações governamentais e não governamentais, cujos objetivos são extremamente variados, e não na perspectiva dos movimentos sociais e populares. Mais ainda: percebe-se a compreensão de que os movimentos sociais e mesmo populares têm como protagonistas principais tais organizações não governamentais – ou o próprio Estado. Isso se verifica ainda com a presença de vários trabalhos voltados para o tema “Comunicação nas políticas públicas/governamentais”.

Outras questões merecem ser destacadas: o crescimento e a consolidação dos estudos sobre minorias e identidades e o caráter quase marginal dos estudos sobre comunicação sindical e eclesial, ao menos na perspectiva da comunicação para a cidadania. Outra questão que parece ganhar relevância no GP é a dos trabalhos que analisam práticas e projetos comunicacionais e midiáticos sobre os quais incidem as políticas públicas derivadas das novas modalidades de gestão e participação populares implementadas recentemente naquelas cidades e estados brasileiros em que, nas últimas duas décadas, assumiram governos pautados em projetos políticos populares e democráticos.

A partir do balanço dos trabalhos apresentados no GP, observa-se a convivência de pelo menos três instâncias de entendimento do conceito de cidadania – *sociopolítica*, *cultural* e *mundial*. Associadas a realidades comunicacionais e midiáticas, essas instâncias interagem e se mesclam para oferecerem, através de diferentes trabalhos de pes-

quisa, entendimentos sobre a (re)configuração de distintas modalidades de gestão, exercício e participação cidadã de atores, grupos, comunidades e movimentos sociais.

A um *conceito mais clássico de cidadania*, ancorado no exercício de direitos civis, políticos e sociais em que se combinam os ideais ocidentais de liberdade, participação e igualdade, agrega-se uma noção *de cidadania fundamentada em demandas culturais*, pautada no reconhecimento da “diferença” para fazer emergir, no âmbito do Grupo, o debate em torno da chamada *cidadania mundial e/ou transnacional*, entendida recentemente como um princípio alternativo da ordem mundial que pressupõe o reconhecimento de direitos e deveres equivalentes em esferas transversais de tomadas de decisões que afetam as necessidades e os interesses vitais dos indivíduos. Feita essa análise mais geral do GP “Comunicação para a cidadania”, podemos partir para a discussão sobre a juventude, a 12ª categoria de temas identificados nessa espécie de sub-campo acadêmico (para manter o diálogo com a terminologia de Bourdieu), que é um GP filiado à Intercom.

A temática da juventude nas pesquisas sobre “comunicação para a cidadania”

Como situei na introdução deste artigo, faço aqui tanto uma análise quantitativa, quanto qualitativa, o que requer procedimentos metodológicos diferenciados e que necessitam ser explicitados. Para o levantamento quantitativo dos artigos que abordam o tema da juventude, acessei todos os 247 trabalhos e digitei, na ferramenta “localizar”, as palavras “infância”, “criança”, “adolescência”, “adolescente”, “juventude”, “jovem” e “jovens”. O meu interesse em incluir a temática da infância e da adolescência fundamenta-se na compreensão de que tal temática é próxima à da juventude e, portanto, é significativo acompanhar a sua presença e constância no GP.

No total, foram identificados 62 artigos que traziam as referidas palavras no corpo do texto – número bastante relevante, correspondendo a 25% do total dos trabalhos. Desses, apenas 7 giravam em torno da infância e da adolescência, o que indica o espaço reduzido dessa questão no universo de discussão do GP.

Mas ainda restava observar nos outros 55 trabalhos aqueles que, de fato, tinham a juventude como foco

central de suas análises, que é o universo que me interessa. Portanto, feita essa identificação inicial, procedi a uma análise de conteúdo para (i) constatar aqueles que, de fato, abordavam a temática e (ii) compreender, quando possível, problemas, objetos e instrumentos utilizados. Esse procedimento me levou a retirar do conjunto 23 trabalhos que, apesar de trazerem alguma das palavras “juventude”, “jovem” ou “jovens”, não tinham essa temática como central em suas reflexões.

Aqui cabe identificar um pouco esses trabalhos que foram descartados. Trata-se, em sua grande maioria, da análise de estratégias cidadãs de comunicação que têm como um de seus principais usuários a juventude. É o caso, por exemplo, do artigo “Escuta sonora: a experiência da Casa Grande FM”, de Oliveira (2005), no qual a pesquisadora aborda uma rádio comunitária da cidade de Nova Olinda, no sertão cearense. Seu objeto de análise é a programação da FM com o intuito de compará-la com as rádios comerciais e assim perceber se e como a Casa Grande promove a diversidade cultural e foge da lógica comercial. Os jovens aparecem nesse texto uma vez que a FM é gerida em grande parte por eles ou são o público-alvo de alguns de seus programas.

De alguma forma, o mesmo acontece com o trabalho de Figueiredo (2007), intitulado “Um laboratório de comunicação livre no Médio Solimões”, que aborda o programa “Mídia e Cidadania” da Universidade do Estado do Amazonas, realizado na cidade de Tefé, no Médio Solimões. Trata-se de uma análise do laboratório de comunicação livre que é desenvolvido ali. O jovem aparece, mais uma vez, não como questão central, mas como público preferencial do referido laboratório.

Ou como ocorre com o trabalho de Gabbay (2007), também localizado na região Norte, “Estar-na-mídia: um local de disputa pela representação da ‘cultural marajoara’ em Tucumanduba, Soure, Estado do Pará”, que trata do projeto “Tucumandubano Ar”, que se propõe a construir uma mídia comunitária digital por meio de uma oficina voltada aos jovens da localidade.

É importante destacar também o exemplo dos trabalhos apresentados, entre outros, por Fuser (2007, 2008b), Lacerda (2008) e Braga e Vitorino (2009), porque abordam um tema importante do GP que é a inclusão digital. Acontece que o maior grupo de usuários dos telecentros é formado por jovens e estes se configuram como um dos focos das políticas de inclusão. É o que se percebe nos textos de Fuser (2007, 2008b) intitulados “Inclusão digital: o telecentro como equipamento de comunicação comunitária” e “Telecentros comunitários em Juiz de

Fora: alternativas de apropriação das tecnologias digitais”. Também no texto de Lacerda (2008), “Telecentros comunitários: questões teórico-metodológicas e vivências midiáticas”, e de Braga e Vitorino (2009), “Inclusão digital e periferia: imposição cultural ou inclusão social?”.

Por fim, cabe destacar nesse universo os trabalhos que abordam produtos e campanhas midiáticas ou coberturas da imprensa em que os jovens aparecem, no primeiro caso, como público-alvo e, no segundo caso, como personagem central das matérias, mas que não discutem necessariamente o estatuto dessa juventude.

Para exemplificar o primeiro caso, há os textos de Meneguim (2002), “O imaginário da drogadição: uma análise das campanhas antidrogas”, que aborda 8 filmes publicitários produzidos pela ONG “Associação Parceria contra as Drogas”, e de Teixeira (2005), “Construção de identidade e de redefinição do cotidiano cultural do jovem: uma proposta da Revista MTV”, que analisa a referida revista voltada para o público juvenil. Como exemplo do segundo caso, há o texto “O hiperdimensionamento da criminalidade juvenil no noticiário”, de Oliveira (2003a), que discute a representação do jovem como criminoso na mídia brasileira, pegando como estudo de caso o jornal Zero Hora.

Feita essa caracterização dos textos que fazem referências à juventude apesar de não tê-la como tema central de suas reflexões, posso passar a uma categorização dos 32 trabalhos restantes e que, no meu entendimento, de fato, trazem uma contribuição para o debate acerca do estatuto dos jovens em sua relação com a comunicação e a cidadania. É importante assinalar que a indicação de algumas categorias de análise e a ligação destas com alguns artigos não se dá de modo excludente. Isso para dizer que alguns textos podem estar em mais de uma das situações discutidas a seguir. Um primeiro dado que sobressai deste conjunto de artigos é que os jovens são sujeitos ativos do processo comunicacional, ou seja, são jovens comunicadores. E nesse processo vão construindo suas identidades juvenis nas mais diversas mídias: rádio, vídeo, imprensa escrita, internet e expressões estéticas como o hip-hop. É o caso do texto “A Comunicação a serviço da cidadania e identidade de adolescentes” de Lahni e Coelho (2007) que, por meio da educomunicação, discute a produção de uma oficina em rádio e jornal na qual os jovens se tornam sujeitos do processo comunicacional. Já o texto de Teixeira (2007), “A mídia alternativa revista: uma iniciativa que inclui adolescentes e jovens na busca pela emancipação social”, problematiza a participação dos jovens na produção de uma revista alternativa que conta com um Conselho Editorial Jovem. No caso da produção audiovisual, linguagem bastante sedutora para os jovens

nos dias correntes, há, por exemplo, o texto de Gorczewski (2009), intitulado “Agenciamentos audiovisuais e o desejo de singularizar” que aborda a produção em vídeo de jovens do bairro da Restinga, na periferia de Porto Alegre. Outra mídia que também atrai bastante a juventude é a internet. Esse é o objeto do texto “Novas mídias e cidadania: os jovens como criadores de conteúdo *on-line*”, de Morales (2009). Seu interesse é discutir as expressões dos jovens no universo *on-line* e como essas experiências alteram a construção de suas subjetividades. No caso da fotografia, temos a oficina discutida por Fuser (2009), no texto “Ação cultural e cidadania: uma experiência com jovens em Juiz de Fora”. Trata-se de um projeto de extensão e pesquisa da UFJF, o qual envolveu jovens na produção de fotografias com as quais revelaram seu cotidiano e seus valores.

Os textos que discutem o hip-hop, um universo afeito à realidade da juventude, são também presença importante nas reflexões do GP. Faço referência aos trabalhos “Hip-hop: uma batida contra-hegemônica na periferia da sociedade global”, de Araújo (2008) e “O jogo de espelhos”, de Bastos (2007). O primeiro aborda a cultura hip-hop como expressão das juventudes, tendo um olhar mais centrado na realidade das favelas cariocas. O segundo também segue a linha de afirmação do movimento hip-hop como “orgânico” das juventudes periféricas, no entanto, mais atento à realidade do ABC Paulista. O hip-hop é presença fundamental na discussão que Lahni *et al.* (2008) fazem em “Rádio comunitária, identidade e cidadania de jovens: exemplos e ausências em uma comunitária autêntica e em três autorizadas”. Apesar do tema, como indica o título, ser a relação dos jovens com rádios comunitárias, tal mediação é feita, principalmente, por meio dos programas de hip-hop. Em todos esses casos, o que se observa é a afirmação do direito à fala por parte dessa parcela da população. O que nos leva à discussão acerca da juventude como minoria⁶.

Sodré (2005) observa que se o termo “minorias” remete, de imediato, à quantidade, como o contrário de “maioria”, como conceito ela opera de forma qualitativa, como uma “voz qualitativa”. Trata-se, aliás, de tema caro à reinvenção da democracia na contemporaneidade, entendida (a democracia) não apenas como “vontade da maioria” (argumento quantitativo), mas como único regime político em que as minorias podem ser “ouvidas” (argumento qualitativo).

As referências à voz e ao ouvido, mais do que metafóricas, baseiam-se no entendimento de que o pensamento alemão tem de maioridade e menoridade. Sodré lembra que, em Kant, *Mündigkeit* (maioridade) significa “possibilidade de falar” e *Unmündigkeit* (menoridade) a “impossibilidade de falar”, portanto “menor” é aquele que não tem direito à plenitude de sua fala. Atualizando essa percepção de um pensador basilar para a modernidade, pode-se afirmar que a noção de minoria “refere-se à possibilidade de terem voz ativa ou interferirem nas instâncias decisórias do Poder aqueles setores sociais ou frações de classe comprometidas com as diversas modalidades de luta assumidas pela questão social” (Sodré, 2005, p. 12). Portanto, os grupos minoritários são aqueles que não têm direito à fala⁷, que foram marginalizados historicamente pela identidade hegemônica no Ocidente: a cultura branca, masculina, heterossexual, cristã, europeia e adulta.

As minorias, por sua vez, são movidas pela lógica da constante (auto)transformação. Nesse ponto da argumentação, Sodré recorre ao conceito de “devir minoritário”, elaborado por Deleuze e Guattari, para sustentar a ideia de fluxo que perpassa as minorias e as constituem não como um sujeito coletivo e idêntico a si mesmo, como encontramos em certas leituras marxistas de classe social, mas como um “lugar” de passagem em direção a formas de subjetivação não capitalísticas. Segundo esses autores, o capitalismo produz valor de troca, mas também valor-signo e subjetividade, esta última entendida não a partir do *cogito* cartesiano – do indivíduo autônomo e centrado cuja natureza humana é a racionalidade, da identidade entre o ser e o pensar – mas como subjetividade maquínica, produzida pelas mais diversas máquinas e seus agenciamentos sociais e pelos equipamentos coletivos de subjetivação.

As “coordenadas subjetivas” são estabelecidas nos agenciamentos, interações e engajamentos que ocorrem incessantemente nas territorialidades maquínicas que promovem processos de desterritorialização e singularização. Se Guattari (1988) fala em “máquina abstrata”, é para, em uma espécie de jogo paroxístico, contestar a ideia de universais abstratos e afirmar que tal abstração resulta de máquinas e agenciamentos concretos. Assim, faz-se necessário compreender a particularidade de cada

⁶ Devo deixar claro que os textos não utilizam, necessariamente, o conceito de minoria para abordar a juventude. Trata-se de uma opção teórica minha.

⁷ A esse respeito vale a observação de Guattari de que a pretensa unidade de uma língua é “inseparável da construção de uma formação de poder” e que uma “língua-mãe”, na realidade, é a (re)tomada de “poder semiótico por um grupo, uma etnia, uma nação” (Guattari, 1988, p. 25). Assim, as minorias se encontram nesse jogo de poderes em torno da fala, da língua, pois em sua pragmática micropolítica elas apontam para a associação entre a palavra/fala individual e a “codificação da língua no *socius*”.

agenciamento enunciador e a operação de poder que lhe dá a pretensão de um discurso universal.

No caso do Capitalismo Mundial Integrado (CMI), a subjetividade, individuada ou social, produzida é seriada, pré-estabelecida, identificada a modelos (subjetividades identificáveis) e tem como principal lugar de produção os setores de ponta do capital que recorrem ao trabalho imaterial: meios de comunicação de massa, indústrias culturais, mercado financeiro, indústrias de *softwares* etc. Nesses casos, fica explícito que a subjetividade não é apenas produzida, mas, principalmente, produtiva:

A servidão semiótica e maquínica dos fluxos de desejo e a sujeição semiológica na qual repousam as sociedades capitalistas se instauram como reação a uma debandada incoercível de códigos territorializados [...]. Um novo uso das línguas, dos signos e dos ícones leva a que o menor efeito do sentido – mesmo o mais íntimo, o mais inconsciente – passe ao controle das hierarquias sociais. Os poderes capitalistas não cessam de “repen-sar” detalhadamente cada relação significativa, de diferenciar e especificar cada “afetação” semiológica (Guattari, 1988, p. 37).

Nesse contexto, um devir é a possibilidade (ou não) de um processo se singularizar diante das estratificações dominantes de uma sociedade; é a capacidade de subjetivação de uma minoria que escapa à individualização em série do capital. A questão das minorias, por essa via de análise, é a da multiplicidade, da pluralidade, a de constituição enquanto movimentos processuais e transversais aos estratos sociais.

Os processos de singularização são possíveis porque o ideal de ordem, de formalização e sistematização dos modos de expressão, de controle das linhas de fuga e de dissidência não pode ser totalmente alcançado, pois, como adverte Guattari (1988), (r)existem as relações de força, e as “línguas fluem de toda parte”. Se a hegemonia do capitalismo impôs uma espécie de “ditadura do significante”, ela não consegue, todavia, se fixar como universal e/ou imutável, pois transformações inversas e/ou adversas podem neutralizá-la e até mesmo derrubá-la.

Penso, nos rastros de Foucault, que os movimentos minoritários configuram-se como posicionamentos de “saberes sujeitados”, “saberes menores”, “saberes locais, descontínuos, desqualificados, não legitimados, contra a instância teórica unitária que pretende filtrá-los, hie-

rarquizá-los, ordená-los em nome de um conhecimento verdadeiro” (Foucault, 1999, p. 13)⁸.

As minorias instauram diversos discursos histórico-políticos que, na definição de Foucault, vêm a política como luta, como guerra, contrários ao discurso filosófico-jurídico que procura pacificar os conflitos – como, por exemplo, o discurso dialético (do tipo idealista-hegeliano ou do tipo materialista-marxista) que, ao final do embate, em sua síntese, afirma um sujeito universal, uma verdade reconciliada, um direito ordenador das particularidades.

Uma das características do discurso histórico-político é que ele não ocupa a posição do sujeito totalizador, neutro, representado tanto pelo filósofo, quanto pelo jurista. Ao contrário, o que ele afirma é a batalha, a luta por seus direitos singulares – direitos arraigados na história e descentralizados em relação à universalidade jurídica. É um “discurso de perspectiva”, relacionado à determinada posição no combate. Portanto, é um discurso a partir de um “lugar”.

E o que acarreta ser um “lugar” na cartografia dos devires minoritários? Lugar, diferente de espaço, que é uma abstração, refere-se à ocupação, à localização de um corpo afetando o espaço. Ao afetar, um lugar deixa de ser apenas um ponto físico (lógica topográfica do mapa) e se torna um ponto de articulação de forças e de fluxos, de diferenças, mais do que de identidades (lógica topológica da cartografia).

É nesse sentido que Sodré define uma minoria, ou melhor, um “lugar minoritário”, como um “*topos* polarizador de turbulências, conflitos, fermentação social” (Sodré, 2005, p. 12). Um lugar animado por fluxos de poderes, de tomadas coletivas de posição, de dinâmicas dos conflitos. Assim, funciona muito mais como um dispositivo simbólico do que uma instituição jurídico-social.

Dialogando com a caracterização feita por Sodré, diria que as marcas do lugar minoritário seriam: (i) sua vulnerabilidade jurídico-social, pois, em geral, as minorias não estão contempladas no ordenamento jurídico vigente, ou quando estão, tal ordenamento não significou na prática social o reconhecimento de suas práticas e discursos; (ii) sua diferença *in statu nascendi*, ou seja, sempre se refazendo, recomeçando; (iii) sua luta contra-hegemônica, ou seja, contra o consenso estabelecido e o ordenamento instituído pelos poderes hegemônicos e seus respectivos consentimentos, pois as minorias afirmam suas peculiaridades, suas singularidades a partir dos movimentos nos e dos quais se constituem; (iv) suas estratégias discursivas como recurso privilegiado de atuação.

⁸ É importante observar que os tradicionais movimentos operários e sindicais vão se renovar no contato com os novos movimentos sociais e suas táticas de luta, em especial após o movimento juvenil de maio de 1968.

Portanto, compreender os jovens como potências minoritárias é entender que o seu devir apresenta-se como uma linha de fuga em uma sociedade modelada pelos valores daquilo que se estabelece como “adulto”, “maduro” – em especial se esse devir se comunga com outros como o negro, o feminino, o homossexual, além de questões de classe – o que resulta nas diferenças no interior da juventude, ou seja, nas juventudes. É que acontece, por exemplo, quando alguns trabalhos falam da especificidade da jovem mulher, como é o caso de “Mangueira, suas ratas são uma beleza” de Maia e Bianchi (2008). As ratas são as jovens mulheres da Mangueira que afirmam sua cidadania por meio do consumo cultural. Ou o que ocorre no trabalho de Silva (2009), “Cyberminas: práticas comunicativas, reconhecimento e presença do hip hop feminino na esfera pública de visibilidade midiática”, que aborda o papel de jovens mulheres negras envolvidas com o movimento hip-hop no ciberespaço.

A questão étnica também está presente no trabalho “Comunicação alternativa como ferramenta de transformação para jovens indígenas das aldeias do Jaguapiru e Bororó em Dourados/MS”, de Otre (2008), que analisa a produção de comunicação (audiovisuais, fotografias, blog, fotolog e jornal impresso) da Ação dos Jovens Indígenas (AJI), em Dourados, segunda maior reserva indígena urbana do país.

Por sua vez, identifiquei apenas dois trabalhos que não tratam do jovem como comunicador, mas como receptor ativo de produtos midiáticos. Tratam-se dos artigos “Políticas de identidade e os estudos de recepção: relatos de jovens e mulheres”, de Escosteguy e Jacks (2003), e “Reggae e hip hop: segmentação x diversidade cultural juvenil”, de Oliveira (2003b). Mas as abordagens das autoras, ao entenderem os estudos de recepção como aqueles capazes de “dar voz aos sujeitos como receptores”, convergem com a discussão acerca da juventude como minoria, realizada anteriormente.

Conclusão

Este artigo não se propôs a fazer uma análise de todos os trabalhos apresentados no GP “Comunicação para a cidadania” que tinham como objeto de reflexão a juventude. Essa seria uma tarefa impossível para os limites de espaço exigidos. Nessa primeira abordagem, me restringi a fazer um levantamento quantitativo e qualitativo, apontando alguns elementos de entendimento das análises produzidas.

Esses elementos se encontram, principalmente, na postura ativa do processo comunicacional implementado

por parte dos jovens. A partir dos textos apresentados no GP que tratam do tema da juventude, o que se identificou foi a afirmação do direito à fala por parte dessa parcela da população. É essa afirmação ou postura ativa que me permitiu definir a juventude e seus processos comunicativos a partir do conceito de minoria.

Por sua vez, os jovens como potências minoritárias acabam por comungar o seu devir com outros devires minoritários como o negro, o feminino, o homossexual, além de questões de classe, como podemos observar em algumas das pesquisas apresentadas aqui. Isso revela de forma clara as diferenças que permeiam as juventudes.

Compreendo que esses pontos foram apenas assinalados e requerem uma análise mais detida dos trabalhos que formam o *corpus* da pesquisa – o que deverá ser feito em ocasiões futuras. Assim, poderemos estabelecer alguns parâmetros do campo de estudos sobre juventude e cidadania, tal como exposto na introdução deste artigo, ou seja, seus problemas, objetos e instrumentos de pensamento e de pesquisa.

Referências

- ARAÚJO, M. 2008. Hip-hop: uma batida contra-hegemônica na periferia da sociedade global. *In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, XXXI, Natal, 2008. Anais... Natal, Intercom, 1:1-13.*
- BARBALHO, A.; PAIVA, R. (org). 2005. *Comunicação e cultura das minorias.* São Paulo, Paulus, 219 p.
- BARBALHO, A.; COGO, D.; FUSER, B. 2010. Comunicação para a cidadania: um breve panorama das tendências de pesquisas a partir da Intercom. *In: M.M. VICENTE; D. ROTHBERG (org), Meios de comunicação e cidadania.* São Paulo, Cultura Acadêmica, p. 9-25.
- BARBALHO, A.; FUSER, B.; MENDONÇA, M.L. 2008. Pesquisa em comunicação para a cidadania: Panorama nos programas de pós-graduação. *In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, XXXI, Natal, 2008. Anais... Natal, Intercom, 1:1-16.*
- BASTOS, P.N. 2007. O jogo de espelhos. *In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, XXX, Santos, 2007. Anais... Santos, Intercom, 1:1-17.*
- BOURDIEU, P. 1989. *O poder simbólico.* Lisboa, Difel, 311 p.
- BRAGA, M.; VITORINO, I. 2009. Inclusão Digital e Periferia: Imposição Cultural ou Inclusão Social? *In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, XXXII, Curitiba, 2009. Anais... Curitiba, Intercom, 1:1-15.*

- COGO, D. 2006. Comunicação, mídia e cidadania: um percurso pelas interfaces de um núcleo de pesquisa da Intercom. *In: D. COGO; J. MAIA (org.), Comunicação para a cidadania*. Rio de Janeiro, UERJ.
- COGO, D.; MAIA, J. (org.). 2006. *Comunicação para a cidadania*. Rio de Janeiro, UERJ, 188 p.
- ESCOSTEGUY, A.M.; JACKS, N. 2003. Políticas de identidade e os estudos de recepção: relatos de jovens e mulheres. *In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, XXVI, Belo Horizonte, 2003. Anais... Belo Horizonte, Intercom, 1:1-16.*
- FIGUEIREDO, G.G. de. 2007. Um Laboratório de Comunicação Livre no Médio Solimões. *In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, XXX, Santos, 2007. Anais... Santos, Intercom, 1:1-12.*
- FOUCAULT, M. 1999. *Em defesa da sociedade*. São Paulo, Martins Fontes, 382 p.
- FUSER, B. 2009. Ação cultural e cidadania: uma experiência com jovens em Juiz de Fora. *In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, XXXII, Curitiba, 2009. Anais... Curitiba, Intercom, 1:1-15.*
- FUSER, B. (org.). 2008a. *Comunicação para a cidadania: Caminhos e impasses*. Rio de Janeiro, E-papers, 311 p.
- FUSER, B. 2008b. Telecentros comunitários em Juiz de Fora: alternativas de apropriação das tecnologias digitais. *In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, XXXI, Natal, 2008. Anais... Natal, Intercom, 1:1-16.*
- FUSER, B. 2007. Inclusão digital: o telecentro como equipamento de comunicação comunitária. *In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, XXX, Santos, 2007. Anais... Santos, Intercom, 1:1-15.*
- GABBAY, M.M. 2007. Estar-na-mídia: um local de disputa pela representação da “cultural marajoara” em Tucumanduba, Soure, Estado do Pará. *In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, XXX, Santos, 2007. Anais... Santos, Intercom, 1:1-15.*
- GORCZEWSKI, D. 2009. Agenciamentos audiovisuais e o desejo de singularizar. *In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, XXXII, Curitiba, 2009. Anais... Curitiba, Intercom, 1:1-15.*
- GUATTARI, F. 1988. *O inconsciente maquínico: Ensaios de esquizo-análise*. Campinas, Papirus.
- LACERDA, J. 2008. Telecentros comunitários: questões teórico-metodológicas e vivências midiáticas digitais. *In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, XXXI, Natal, 2008. Anais... Natal, Intercom, 1:1-15.*
- LAHNI, C.R.; SILVA, F.C. da S.; FRANÇA, M.F.P.; PELEGRINI, M.Z. 2008. Rádio comunitária, identidade e cidadania de jovens: exemplos e ausências em uma comunitária autêntica e em três autorizadas. *In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, XXXI, Natal, 2008. Anais... Natal, Intercom, 1:1-15.*
- LAHNI, C.R.; COELHO, F. 2007. A Comunicação a serviço da cidadania e identidade de adolescentes. *In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, XXX, Santos, 2007. Anais... Santos, Intercom, 1:1-15.*
- MAIA, J.; BIANCHI, E. 2008. Manguieira suas ratas são uma beleza. *In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, XXXI, Natal, 2008. Anais... Natal, Intercom, 1:1-14.*
- MENEGUIN, A.M.P.L. 2002. O imaginário da drogadição: Uma análise das campanhas antidrogas. *In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, XXV, Salvador, 2002. Anais... Salvador, Intercom, 1:1-21.*
- MORALES, O.E.T. 2009. Novas Mídias e Cidadania: os jovens como criadores de conteúdo on-line. *In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, XXXII, Curitiba, 2009. Anais... Curitiba, Intercom, 1:1-15.*
- OLIVEIRA, C. 2003a. O hiperdimensionamento da criminalidade juvenil no noticiário. *In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, XXVI, Belo Horizonte, 2003. Anais... Belo Horizonte, Intercom, 1:1-11.*
- OLIVEIRA, C.F. de. 2005. Escuta sonora: A experiência da Casa Grande FM. *In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, XXVIII, Rio de Janeiro, 2005. Anais... Rio de Janeiro, Intercom, 1:1-18.*
- OLIVEIRA, C.F. de. 2003b. Reggae e hip hop: Segmentação X diversidade cultural juvenil. *In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, XXVI, Belo Horizonte, 2003. Anais... Belo Horizonte, Intercom, 1:1-16.*
- OTRE, M.A.C. 2008. Comunicação Alternativa como Ferramenta de Transformação para Jovens Indígenas das Aldeias do Jaguapiru e Bororó em Dourados/MS. *In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, XXXI, Natal, 2008. Anais... Natal, Intercom, 1:1-16.*
- SILVA, C.R. da. 2009. Cyberminas: práticas comunicativas, reconhecimento e presença do hip hop feminino na esfera pública de visibilidade midiática. *In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, XXXII, Curitiba, 2009. Anais... Curitiba, Intercom, 1:1-13.*
- SODRÉ, M. 2005. Por um conceito de minoria. *In: A. BARBALHO; R. PAIVA, Comunicação e cultura das minorias*. São Paulo, Paulus, p. 11-14.
- TEIXEIRA, N.C. 2007. A mídia alternativa revista Viração: uma iniciativa que inclui adolescentes e jovens na busca pela emancipação social. *In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, XXX, Santos, 2007. Anais... Santos, Intercom, 1:1-16.*
- TEIXEIRA, N.C. 2005. Construção de identidade e de redefinição do cotidiano cultural do jovem: uma proposta da Revista MTV. *In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, XXX, Santos, 2007. Anais... Santos, Intercom, 1:1-13.*

Submetido: 20/09/2010

Aceito: 17/11/2010