



» XI Congresso Luso Afro Brasileiro de Ciências Sociais
Diversidades e (Des)Igualdades
Salvador, 07 a 10 de agosto de 2011.
Universidade Federal da Bahia (UFBA) - PAF I e II
Campus de Ondina

A IMAGEM DIGITAL COMO FORMA DE COMUNICAÇÃO E PRODUÇÃO CULTURAL JUVENIL NA METRÓPOLE

Ricardo Campos
CEMRI-Universidade Aberta
rmocampos@yahoo.com.br

1. Introdução

A relação entre juventude e imagem é de crucial importância para compreendermos a forma como esta categoria etária tem sido socialmente representada nas sociedades industrializadas ao longo de décadas. Todavia, a imagem não é apenas relevante para a forma como se constituem as hetero-representações da juventude, na medida em que esta foi sendo afirmada pelas diferentes culturas juvenis como um recurso fundamental à comunicação e fabricação de identidades culturais singulares. A imagem parece, por isso, cumprir uma dupla função retórica e simbólica, ora serve como claro instrumento de identificação e catalogação da juventude por parte de diferentes instâncias, ora é usada pelos jovens para comunicarem algo sobre si, distinguindo-se, desta forma, dos seus pares e da *sociedade adulta*. Neste artigo procuramos consolidar uma linha de pesquisa que tem vindo a ser desenvolvida pelo autor e que remete para a centralidade da dimensão visual para a construção social da categoria *juventude* (Campos 2010a, 2010b, 2011). Este texto centra-se, mais especificamente, nos processos de *tecnologização* e *digitalização* da sociedade que emprestam novos rumos à forma como os jovens comunicam visualmente.

Diferentes estudos têm demonstrado que os jovens estão, actualmente, cada vez mais conectados às redes de comunicação digital (OCDE, 2007; Ito *et al.* 2008; Lenhart *et al.* 2007). A grande difusão e a maior acessibilidade a diferentes tecnologias digitais tem oferecido aos jovens novos recursos para a produção e consumo (áudio)visual. Não podemos, pois, ignorar o poder que, quer estas ferramentas digitais, quer os canais de comunicação e difusão de bens digitais, possuem actualmente para determinadas



» XI Congresso Luso Afro Brasileiro de Ciências Sociais

Diversidades e (Des)Igualdades

Salvador, 07 a 10 de agosto de 2011.

Universidade Federal da Bahia (UFBA) - PAF I e II

Campus de Ondina

culturas juvenis. A realidade offline está profundamente entrelaçada com o universo online, sendo que esta interligação parece potenciar o desenvolvimento de determinadas actividades de criação cultural por parte dos jovens, como sejam o registo e representação visual do seu quotidiano através da fotografia e do vídeo. Produzir e partilhar imagens tornou-se, assim, para muitos jovens, um elemento central da forma como comunicam, constroem identidades e representam o seu mundo. Deste modo, as tecnologias digitais e visuais tornam-se extensões físicas e simbólicas através das quais o mundo quotidiano dos jovens na metrópole é entendido e encenado. Neste contexto novos códigos e circuitos de comunicação emergem, obrigando-nos a reavaliar a ligação entre este domínio e os tradicionais recursos usados pelos jovens (o corpo, a moda, o estilo visual, o consumo, etc.) para construírem significado e esboçarem fronteiras de distinção simbólica. Os vasos comunicantes virtuais libertam estes jovens de uma série de constrangimentos associados à sua condição social e etária mas, igualmente, aos contextos espacio-temporais onde estes se movem. Longe de nos encontrarmos perante actores sociais que apenas consomem conteúdos e tecnologias digitais, deparamo-nos com indivíduos altamente activos e criativos, tirando partido das potencialidades oferecidas por estas ferramentas. A comunicação que proponho parte de uma análise preliminar a dados recolhidos no âmbito de uma pesquisa sobre *inclusão e participação digital em Portugal e nos EUA*, procurando desenvolver uma análise teórica exploratória à forma como as tecnologias digitais e o domínio da imagem e da visualidade se relacionam nestes contextos. Entrevistas aprofundadas a jovens em situação de exclusão social, vivendo na periferia da cidade de Lisboa e uma análise de uma série de conteúdos audiovisuais por estes produzidos, permitiram-nos verificar até que ponto as tecnologias digitais audiovisuais funcionam como recursos para a construção de memórias, para a performance e comunicação entre pares.

2 .Imagéticas juvenis: imagem, identidade e distinção grupal

Parece-me incontestável a extrema relevância que os meios de comunicação social desempenham nos processos de fabricação de representações (visuais) do mundo, tendo vindo a ser entendidos como dispositivos nevrálgicos para a criação e circulação



» XI Congresso Luso Afro Brasileiro de Ciências Sociais

Diversidades e (Des)Igualdades

Salvador, 07 a 10 de agosto de 2011.

Universidade Federal da Bahia (UFBA) - PAF I e II

Campus de Ondina

de formas simbólicas no mundo contemporâneo (Thompson, 1999; Morley e Robins, 2002; Lull, 2000, 2001), favorecendo a globalização cultural acelerada que vivemos ao longo do século XX. Daí a importância de invocar as *mediapaisagens* de Appadurai (2004), que associa a globalização cultural ao poder das imagens e dos imaginários, que servem à constituição de territórios simbólicos deslocalizados. Esta questão parece ainda mais premente no caso da juventude, por razões que foram invocadas anteriormente mas, igualmente, por uma série de transformações de natureza tecnológica, social e cultural que parecem acentuar este vínculo.

Convém, aqui, insistir na estreita relação existente entre os mecanismos de *representação*, e neste caso concreto de representação visual, e os processos de *construção identitária*. Como diversos autores têm referido, a identidade não pode ser concebida sem as estruturas discursivas que lhe dão corpo e a definem (Hall, 1997, 2004; Woodward, 2005). A identidade é, assim, sempre uma entidade dependente dos enunciados sociais que a configuram enquanto agregado de propriedades simbólicas. As identidades pessoais e culturais alimentam-se dos discursos sobre elas produzidos (e auto-produzidos). Em paralelo, as representações partem de uma certa configuração identitária que se pretende, de alguma forma, confirmar e afirmar.

Neste contexto interessa-me, particularmente, analisar as formas de apresentação dos jovens no quotidiano enquanto *estruturas semânticas de representação visual*. E, entendo, aqui, a representação como *actuação*, no sentido dramático do termo, presumindo que existe uma forte componente performativa na forma como as culturas juvenis se apresentam quotidianamente. As manifestações visuais das culturas juvenis são *encenações e estratégias visuais* (Feixa e Pórzio, 2008) que visam estabelecer fronteiras imagéticas e simbólicas, situando os sujeitos em determinadas circunscrições sociais e culturais. Os góticos, os punks, os rappers, etc. são claramente identificados através de perfis visuais. Casos há, certamente, em que as fronteiras são mais difusas, onde não existe de forma rigorosa a homogeneidade e coerência estilística que vislumbramos nos casos evocados. Todavia, independentemente das gramáticas visuais aplicadas, os diferentes recursos para a comunicação visual são usados como uma parte importante da forma como os jovens e as culturas juvenis se concebem.

Daí que considere que é pertinente equacionar o *campo da visibilidade* (Brighenti, 2007) em que operam os mecanismos de representação visual em articulação



com a metáfora dramática que, como demonstrou Goffman (1999), é um eficaz auxiliar conceptual para descodificar os processos de interacção social. Já Paul Willis (1990), ao pesquisar as culturas juvenis, se apercebeu desta dimensão dramática, vital para uma particular ordenação do mundo e sinalização dos lugares simbólicos. Em textos anteriores (2010a, 2010b), e procurando tirar partido da metáfora dramática, sugeri que se conjugassem os conceitos *apresentação do Eu* (Goffman, 1999) e de *representação visual*, articulando-as com as noções de *palco*, *encenação*, *máscara* e *guarda-roupa*.

Detenhamo-nos sobre a ideia de *encenação*. Agir num *campo de visibilidade* e, particularmente, naquilo que Goffman define como *região frontal* (1999) das interacções pessoais, implica um certo sentido performativo, conhecer e manejar os símbolos da comunicação inter-pessoal, reconhecer as máscaras e os demais atributos dos actores. Neste sentido, os jovens *representam-se* (para si e para os outros) na medida em que têm de fabricar formas evidentes de testemunhar as suas pertenças culturais ou idiosincrasias individuais. Neste contexto o corpo tem sido abordado como recurso de vulto, lugar de inscrição simbólica, *operador social* (Ferreira, 2008) que anuncia uma certa opção de índole pessoal ou condição de natureza sociocultural (Vale de Almeida, 1996; Featherstone, 1999; Ferreira, 2008). As *máscaras* e os *guardaroupas* são, então, instrumentos ao serviço destes actos de representação visual. Nas culturas juvenis estes elementos são particularmente valiosos. Aquilo que aprendemos a tratar como o *estilo* consubstancia, de certa forma, o vigor da imagem no contexto juvenil. Desde as abordagens pioneiras dos estilos subculturais, profundamente inspiradas pela semiologia (Hebdige, 1979; Clarke, 1976.), que este tem sido um elemento incontornável de exame das culturas juvenis (Abramo, 1994; Feixa, 2006; Pais e Blass, 2004; Delgado Ruiz, 2002). O estilo corresponde a um conjunto de indicadores semióticos que se reflectem num discurso imagético (conjunto organizado de atributos visuais). Este é, então, crucial para configuração do mosaico grupal, se quisermos tribal, que identificamos na sociedade contemporânea. Delgado Ruiz (2002) fala de uma *filiação pela aparência*, enquanto Munõz Carrión, ao avaliar as novas gramáticas que regem a forma como os jovens se exprimem na sociedade contemporânea, afirma que «grande parte das intervenções comunicativas da cultura juvenil converteram-se em *práticas do espaço* e do corpo» (Munõz Carrión, 2007, p. 22). Daí a importância,



também, da forma como o espaço é ocupado. A representação não se faz sem que um *palco* seja requisitado. Este corresponde a um terreno visualmente cunhado, imageticamente coerente com a representação que se pretende realizar. Neste sentido, é como se a própria *apresentação do lugar* fosse uma espécie de representação cenográfica. Sabemos, por diversos estudos, como a dimensão espacial é importante na juventude, na medida em que diferentes territórios são simbolicamente e funcionalmente cunhados pelos jovens (o quarto, a escola, a rua, o bairro, os bares e discotecas, etc.). Deste modo, a cidade é apropriada por variados grupos de jovens que constroem os seus múltiplos palcos, refúgios de encenações particulares (Skelton e Valentine, 1998; Magnani, 2005). Importa, porém, perceber como se relacionam estas categorias/dimensões com o aparecimento e enraizamento das tecnologias e media digitais no quotidiano dos mais novos.

3. O digital como universo de comunicação juvenil

O Antropólogo Carlos Feixa denominou de *Geração@* esta nova geração particularmente familiarizada com os recursos e canais digitais. Isto é corroborado por diferentes estudos que demonstram que os jovens correspondem à categoria etária mais conectada à internet (OCDE, 2007; Lenhart *et al*, 2007). A meu ver, esta *geração digital*, se assim lhe poderemos chamar, é composta por indivíduos que possuem como uma das suas características principais o facto de se mostrarem particularmente aptos a manejar os expedientes próprios de um mundo de abundância tecnológica. Daí que os jovens sejam, muitas vezes, mentores na iniciação aos usos da tecnologia, auxiliando as gerações anteriores (pais e avós) no uso das máquinas e das suas linguagens¹. Neste caso não falamos apenas do computador, mas de todo um ecossistema tecnológico e multimediático composto por variados recursos cada vez mais interconectados. A televisão, o hi-fi, o telemóvel, o leitor de mp3/4, as câmaras fotográficas e de vídeo, o

¹ Nas entrevistas recentemente realizadas no âmbito do projecto de *inclusão e participação digital*, em Lisboa e no Porto, grande parte das crianças e jovens (entre 11 e 16 anos) afirmava que em casa quem mais dominava a internet eram eles ou os irmãos. Diversos estudos internacionais também têm destacado esta superior competência tecnológica e digital por parte dos jovens (Ito *et al*. 2008; OCDE, 2007; Lenhart *et al*, 2007).



Ipad, o computador fixo ou portátil, constituem sustentáculos uma rede complexa de instrumentos que, para muitos jovens, fazem parte do seu quotidiano desde os primeiros anos de vida.

Vou mais longe, defendendo que não são apenas as competências tecnológicas que se convertem numa das características da nova geração, mas também as *competências visuais* tais como são definidas por Muller (2008). O conceito de *competência visual*, de acordo com Muller (2008), decorre da necessidade de pensar as novas aptidões que resultam de uma série transformações de natureza comunicacional, dos quais a autora ressalta: uma disseminação global de bens visuais; um incremento da produção visual de natureza amadora; uma crescente descontextualização dos bens visuais por consequência da globalização. Assim, acredito seriamente que os jovens desenvolvem especiais capacidades de natureza cognitiva, técnica e simbólica, que lhes permite actuarem com particular habilidade no campo visual².

Os meios digitais não são apenas usados com propósitos de consumo mas, cada vez mais, com objectivos de produção e divulgação de conteúdos (Hargitai e Walejko, 2008; Lenhart *et al*, 2007; OCDE, 2007). Os *conteúdos produzidos pelo utilizador* (UCC – *user created content*) disponibilizados na internet têm aumentado a grande ritmo, como consequência de uma série de factores de natureza económica, social, tecnológica e legal (OCDE, 2007), como sejam a difusão da banda larga e o acesso mais facilitado a diferentes ferramentas de hardware e software, que se traduzem numa maior democratização no acesso. Mas encontramos, igualmente, um conjunto de factores motivacionais que levam cada vez mais pessoas a quererem exprimir-se à margem dos redutos mediáticos convencionais. No caso dos jovens, a internet converteu-se num recurso valioso, na medida em que “abre possibilidades criativas (...) que vão significativamente além daquelas associadas aos media mais convencionais” (Bennett, 2004, p. 168). Verificamos, então, que os *weblogs* e *photologs* ou as redes sociais como o *myspace*, *hi5* ou *facebook* tiveram, ao longo dos últimos anos, um impacto profundo, actuando como nódulos de uma extensa cadeia de comunicação. Estes são recursos que

² É curioso como isto resulta numa espécie de *pulsão visual*, um interesse crescente pelas tecnologias visuais que atinge igualmente o meio académico. Não por caso as áreas de cultura visual e estudos visuais, de antropologia e sociologia visuais, têm vindo a crescer, sendo as novas gerações de estudantes e investigadores as mais empenhadas nestas matérias.



permitem que os jovens estabeleçam a sua agenda garantindo-lhes, ainda, uma capacidade sem precedentes na propagação dos conteúdos (áudio)visuais por eles criados. Daí que não seja estranho que se encontre uma associação, no caso dos jovens, entre produção e disseminação de conteúdos digitais e as actividades de *criação cultural* (música, dança, fotografia, vídeo, etc.) que, deste modo, servem para alimentar as plataformas digitais. E neste ecossistema, não é apenas a internet que se revela de extraordinária importância para os jovens mas, também, tudo aquilo que são sistemas móveis de comunicação, permitindo um constante e rápido fluxo de informação em rede (Castells *et al*, 2004). Deste modo, aquilo que encontramos, muitas vezes, é uma teia alargada de suportes tecnológicos (computador fixo, portátil, telemóvel, Ipad, Ipod, máquina fotográfica, etc.) que funcionam como extensões tecnológicas de uma rede assente na criação, reprodução e circulação constante de bens digitais.

Uma vez que, aqui, nos centramos em particular na importância da imagem, julgamos por conveniente destacar o *youtube* que, na última década, se afirmou como veículo privilegiado para a circulação de bens audiovisuais. Este afirma-se como uma espécie de canal audiovisual alternativo e democrático, aberto à participação de todos e que, deste modo, escapa à lógica dos media audiovisuais tradicionais. O youtube é paradigmático de uma condição onde a produção audiovisual “se privatizou enquanto a disseminação se globalizou” (Muller, 2008, p. 102). Ao possibilitar, de forma livre, o carregamento e consumo de conteúdos audiovisuais, permite a fabricação de um espaço imagético (e imaginário) composto a partir de complexas redes de produtores, de consumidores (espectadores) e de produtores-consumidores audiovisuais. Porém, o youtube não funciona isoladamente. A característica principal destas plataformas digitais é que elas funcionam, de facto, hiper-mediaticamente e em rede, sendo que a informação e os conteúdos produzidos estão disponíveis através de diferentes recursos. As redes sociais têm assumido, principalmente no caso da juventude, um papel cada vez mais central e que merece ser destacado. É nestas redes sociais que, muitas vezes, se constroem suportes importantes à construção de uma imagem pública virtual dos jovens. Neste contexto, as imagens digitais (fotografias e vídeos) revelam-se recursos densos de significado, instrumentos poderosos para a representação visual dos agentes.

Por todas estas razões, propus que analisássemos as tecnologias e os media digitais como cumprindo, simultaneamente, as funções de *memória*, *comunicação*,



» XI Congresso Luso Afro Brasileiro de Ciências Sociais

Diversidades e (Des)Igualdades

Salvador, 07 a 10 de agosto de 2011.

Universidade Federal da Bahia (UFBA) - PAF I e II

Campus de Ondina

representação e narração (Campos, 2009a, 2011). *Tecnologias de memória*, porque estas permitem criar registos duradouros, em formato digital, de aspectos ou momentos particulares do quotidiano. Registrar a vida individual e grupal, ou produzir enunciados (verbais, visuais ou audiovisuais) sobre a mesma é, actualmente, algo que é facilitado pelos media digitais. As tecnologias de memória sempre existiram e muitas ferramentas foram servindo esse propósito, facilitando a produção de acervos que contam a história de um povo, comunidade, família ou indivíduo. Porém, nunca como agora, tantos meios estiveram disponíveis para tantas pessoas, permitindo um registo constante da vida ordinária. Os discos rígidos e os cartões de memória constituem os arquivos das novas gerações, facto que é justificado pela enorme capacidade de armazenamento que detêm e pela facilidade de circulação e reprodução de informação que proporcionam. Estas são, igualmente *tecnologias de comunicação* na medida em que se afirmam como sistemas fundamentalmente vocacionados para a troca de informações entre pessoas. Tal função é, de alguma forma, exacerbada no caso da juventude, pois sabemos que no quotidiano juvenil a comunicação entre pares, seja através da linguagem verbal, gestual ou tecnologicamente mediada, é algo muito característico e crucial. As necessidades de comunicação, associadas às expressividades individuais e culturais, decorrem desta urgência em fabricar, negociar e manifestar identidades, da necessidade de aprender a gerir códigos simbólicos que contribuem para classificar o mundo social. E os jovens trocam permanentemente ficheiros de som e imagem, participam em *chats* e em redes sociais - comentando eventos, situações e objectos -, participam em *sites*, *weblogs* ou *photologs*. Daí que estas sejam, igualmente, *tecnologias de representação*, na medida em que fornecem oportunidades para que os jovens se exponham de diversas formas, vincando certos traços individuais e colectivos que, no fundo, servem à sua representação num determinado espaço público. Por último, e directamente associada às funções anteriores, identifico estes recursos como *tecnologias de narração*. Ao representarmo-nos estamos, de alguma forma, a contar uma estória sobre nós, sobre o nosso passado, presente ou futuro. Os códigos que usamos para nos retratarmos publicamente desvendam, geralmente, algo sobre quem somos, sobre a nossa narrativa pessoal. Todavia, os novos media potenciam esta função, na medida em que fornecem múltiplos instrumentos para contarmos e divulgarmos estórias sobre o nosso quotidiano. Quando um grupo de graffiti-writers filma uma missão de pintura no metropolitano e a



» XI Congresso Luso Afro Brasileiro de Ciências Sociais

Diversidades e (Des)Igualdades

Salvador, 07 a 10 de agosto de 2011.

Universidade Federal da Bahia (UFBA) - PAF I e II

Campus de Ondina

coloca no Youtube, mais não está a fazer do que a testemunhar e narrar um episódio em imagens. O mesmo acontece com as imagens pessoais registadas pelo telemóvel ou câmara fotográfica e que, colocadas pelos jovens no Facebook, procuram reflectir acontecimentos ocorridos. Estas quatro funções estão, por isso, profundamente interligadas.

Para a nossa reflexão tomamos como exemplo, apenas, os jovens que podem ser identificados como *produtores culturais*, ou seja, aqueles que individualmente ou em grupo se dedicam a alguma actividade que exige um certo esforço criativo, produzindo bens ou eventos de natureza eminentemente estética, lúdica e simbólica. Dos diversos casos abordados salientamos o *graffiti*, o *rap* ou o *jerk* como actividades desenvolvidas por jovens e jovens adultos entrevistados nalguns dos projectos em que estivemos envolvidos nos últimos anos³. Estas não foram arenas culturais seleccionadas ao acaso. Interessava-nos identificar práticas culturais mais periféricas e marginais, de natureza amadora ou semi-amadora, e que orbitam fora dos circuitos comerciais sustentados pelo campo artístico e pelas indústrias culturais. Neste caso pretendíamos constatar até que ponto as tecnologias e media digitais, particularmente através dos seus recursos visuais e audiovisuais, funcionam como um *segundo nível de produção cultural* constituindo uma plataforma que promove o registo, representação, comunicação e disseminação de bens culturais, contribuindo para o reconhecimento público dos seus autores. A fotografia e o vídeo convertem-se, neste caso, em práticas culturais que visam reforçar a solidez das actividades promovidas pelos distintos produtores, seja pela via do testemunho e da construção de acervos de memória, seja pela possibilidade de disseminação de bens culturais ou de informação sobre os mesmos, seja, ainda, pela qualidade estética e impacto dos bens visuais produzidos. Os novos *fazedores de imagem* são, geralmente, amadores que encontram nestes instrumentos formas, técnica e socialmente, eficazes de comunicar, de fabricar narrativas audiovisuais e visuais que ambicionam alcançar um determinado público, seja este mais restrito ou mais alargado. A criação de imagens não surge, todavia, ao acaso. Esta assenta necessariamente em formas socializadas de entender os formatos de comunicação visual e audiovisual e que, no caso do vídeo, podem remeter para o cinema, para a televisão, para os videoclips

³ Projecto sobre Hip-Hop (Simões, Nunes e Campos, 2005), projecto individual de Doutoramento sobre graffiti (Campos, 2010a) e o actual projecto de Inclusão e Participação Digital.



» XI Congresso Luso Afro Brasileiro de Ciências Sociais

Diversidades e (Des)Igualdades

Salvador, 07 a 10 de agosto de 2011.

Universidade Federal da Bahia (UFBA) - PAF I e II

Campus de Ondina

musicais, etc. Aliás, dos três casos referidos, uma análise sumária a alguns dos vídeos disponíveis na internet revela até que ponto eles reproduzem as convenções do gênero, embora com as devidas limitações de natureza técnica. Tal demonstra até que ponto existe um efeito de socialização a partir do consumo dos gêneros audiovisuais, como os formatos, os recursos estilísticos e discursivos, são lentamente apropriados a partir do visionamento realizado. Tal não impede que esta intensa produtividade de natureza amadora não contribua para criar uma energia criativa nova, renovando modos de fazer imagens e de narrar visualmente. É, aliás, nossa firme convicção que a criação de um canal de produção-consumo à margem dos media tradicionais servirá para a invenção de novos modos de criação audiovisual, para a renovação das técnicas, linguagens e convenções de filmagem e montagem. Há, por isso, competências e literacias tecnológicas e visuais que se vão desenvolvendo em contextos informais, em interações entre pares ou através dos recursos virtuais mediados pela internet.

4. Conclusão

Numa sociedade que é recorrentemente descrita como ocularcêntrica e imersa no visual, a imagem converte-se num componente central para a forma como estruturamos mentalmente e fisicamente o nosso mundo. A superabundância de signos visuais, proporcionando um imenso *banco de imagens* (Muggleton, 1997) disponibilizado pelos *media*⁴, bem como um acentuar das competências visuais dos actores sociais, propicia uma mais acentuada *monitorização dos visuais* (Ferreira, 2008). Acredito, pois, que aliando esta condição *visualista* à maior volatilidade e fragmentação das identidades pessoais e culturais, poderemos estar perante um contexto que incentiva uma maior enunciação daquilo que podemos definir como *projectos visuais*, modos flexíveis e inventivos dos indivíduos se apresentarem ao mundo, ostentando uma identidade visível conciliada com fantasias e ideologias particulares. E aqui o papel dos imaginários assume especial relevo. Imaginários fluidos, híbridos e globalizados, alimentados por extensas cadeias translocais. Estes são imaginários que permitem que se fale de uma cultura graffiti ou hip-hop que, independentemente das idiosincrasias regionais, vai

⁴ Daí que seja forçoso falar dos *media* e das indústrias culturais, do consumo e estilos de vida globalizados, quando tratamos da juventude.



» XI Congresso Luso Afro Brasileiro de Ciências Sociais

Diversidades e (Des)Igualdades

Salvador, 07 a 10 de agosto de 2011.

Universidade Federal da Bahia (UFBA) - PAF I e II

Campus de Ondina

beber a raízes imaginárias e imagéticas semelhantes. Este fluxo contínuo de imagens tem sido nutrido pelo cinema, pela televisão e, mais recentemente, pela internet.

Os media digitais trouxeram, porém, novos dados à forma como se constituem os reservatórios imagéticos aos quais recorreremos para compor as nossas representações do mundo. As câmaras digitais, nas suas mais diferentes funções e formatos, tornaram-se os *espelhos da contemporaneidade* (Campos, 2011). Isto faz parte do fenómeno de *visualização da existência* identificado por Mirzoeff (1999) como característico dos nossos tempos. Encontramo-nos rodeados de câmaras de videovigilância, de webcams, de câmaras de telemóveis, máquinas fotográficas ou de vídeo. Produzimos permanentemente clips de vídeo (ou fotografias) dos amigos e da família, para colocar na internet ou para enviar por telemóvel, comunicamos visualmente e à distância com o recurso à webcam, produzimos pequenos filmes de ficção, etc, etc. Vamos, lentamente, descobrindo não apenas as competências e literacias daqueles que manipulam as câmaras mas, igualmente, daqueles que estão diante das câmaras. E neste duplo jogo aprendemos a desmontar (e reinventar) o acto de forjar imagens. Os mais jovens, iniciados neste jogo com as tecnologias audiovisuais desde cedo, apuraram as formas de tirar partido da natureza lúdica, informativa e comunicativa destes aparelhos. As suas competências técnicas (e visuais), aliadas à necessidade constante de comunicar com os pares e de negociar e fabricar identidades recorrendo ao campo do visível, traduzem-se num uso cada vez mais crescente dos media digitais para a produção de conteúdos. Isto é especialmente relevante em contextos de produção cultural, onde é obrigatório criar uma plateia, por mais insignificante que esta seja em termos numéricos. Criar um espaço público de exposição, tendo em vista uma mera manifestação de existência ou a aquisição de reconhecimento e prestígio, é o motor dos produtores culturais que usam a internet. O ecossistema comunicacional/mediático habitado pelos jovens alterou-se enormemente nas últimas duas décadas. Se há 30 anos aquilo que existia era, quase exclusivamente, um conjunto de media poderosos, externos, impositivos, visando os seus objectivos e agendas, hoje estamos perante mundos mediáticos difusos, policêntricos, fragmentados, com uma grande complexidade de canais de comunicação. Os jovens, por tradição agentes móveis, criativos e adaptáveis, sabem tirar partido das oportunidades oferecidas por esta nova realidade.



Bibliografia

- ABRAMO, H. W. Cenas juvenis. São Paulo: Editora Página Aberta, 1994
- APPADURAI, A. Dimensões culturais da globalização. A modernidade sem peias. Lisboa: Teorema, 2004
- BENNETT, A. Subcultures or neo-tribes? Rethinking the relationship between youth, style and musical taste, *Sociology*, Vol. 3, nº 3, p. 599-617, 1999
- BENNETT, A. Virtual subculture? Youth, identity and the internet. In BENNETT, A. e KAHN-HARRIS, K. (Org.) *After subculture – Critical studies in contemporary youth culture*, Hampshire: Palgrave MacMillan, 2004, p. 162-172
- BRIGHENTI, A. Visibility: a category for the social sciences, *Current Sociology*, 55 (3), p. 323-342, 2007
- CAMPOS, Ricardo “Corpo e imagem, representação e identidade na metrópole.”. In CAMPOS, R; BRIGHENTI, A. e SPINELLI, L. (Org.) *Uma cidade de imagens. Produção e consumo visual na cidade*, Mundos Sociais: Lisboa, 2011, no prelo.
- CAMPOS, R. Porque pintamos a cidade? Uma abordagem etnográfica ao graffiti urbano, Lisboa: Fim de Século, 2010a
- CAMPOS, R. Juventude e visualidade no mundo contemporâneo. Uma reflexão em torno da imagem nas culturas juvenis. *Sociologia, Problemas e Práticas*, nº 63, p. 113-137, 2010b
- CAMPOS, R. Propostas para uma antropologia da comunicação visual urbana, *Siranda – Revista de Estudos Culturales, Teoria de los Médios e Innovación Tecnológica*, Nº3, Vol. 3, p. 111-128, 2010c
- CAMPOS, R. Movimentos da imagem no *graffiti*. Das ruas da cidade para os circuitos digitais. In CARMO, R. e SIMÕES, J. (Org.) *A produção das mobilidades. Redes, espacialidades e trajectos*, Imprensa de Ciências Sociais: Lisboa, 2009a, p. 91-112
- CAMPOS, R. *All City* - Graffiti Europeu como modo de comunicação e transgressão no espaço urbano, *Revista de Antropologia*, 52 (1), p. 11-47, 2009b
- CAMPOS, R. A imagem é uma arma, a propósito de *riscos* e *rabiscos* no Bairro Alto. *Arquivos da Memória*, Nº 5/6 (Nova Série), p. 47-71, 2009c
- CAMPOS, R. Entre as luzes e as sombras da cidade. Visibilidade e invisibilidade no Graffiti, *Etnográfica*, Vol. 13 (1), p. 145-170, 2009d



- CASTELLS *et al.*, (2004) *The Mobile Communication Society. A cross-cultural analysis of available evidence on the social uses of wireless communication technology*, Report, University of Southern California, Disponível em: <http://arnic.info/workshop04/MCS.pdf>. Acesso em: 8 mar. 2011.
- CHANEY, D. Fragmented culture and subcultures. In BENNETT, A. e KAHN-HARRIS K. (Org.), *After subculture – Critical studies in contemporary youth culture*, Hampshire: Palgrave MacMillan, 2004. p. 36-48
- CLARKE, J. Style. In HALL, S. e JEFFERSON, T. (Org.), *Resistance through rituals*, London: Hutchinson. 1976, p. 175-191
- DELGADO RUIZ, M. Estética e infâmia. De la distinción al estigma en los marcajes culturales de los jóvenes urbanos. In FEIXA, C.; COSTA, C.; PALLARÉS, J. (Org.) *Movimientos Juveniles en la Península Ibérica – Graffitis, grifotas, ocupas*. Barcelona: Ariel, 2002, p. 115-143
- FEATHERSTONE, M. Body modification: an introduction. *Body & Society*, Vol. 5 (2-3), p. 1-13, 1999
- FEIXA, C. *De jóvenes, bandas y tribus*, Barcelona: Ariel, 2006
- FEIXA, C. e PORZIO, L. Um percurso visual pelas tribos urbanas de Barcelona. In PAIS, J. M.; CARVALHO, C.; GUSMÃO, N. M. de (Org.), *O Visual e o Quotidiano*. Lisboa: Imprensa de Ciências Sociais, 2008, p. 87-113
- FERREIRA, V. *Marcas que demarcam. Tatuagem, “Body piercing” e culturas juvenis*, Lisboa: Imprensa de Ciências Sociais, 2008
- FRITH, S. *The Sociology of Youth*. Lancashire: Causeway Press, 1984.
- GOFFMAN, E. *A representação do eu na vida cotidiana*. Petropolis: Editora Vozes, 1999
- HALL, S. Introduction - Who needs identity?. In HALL, S. e DU GAY, Paul (Org.) *Questions of cultural identity*, London, Thousand Oaks, New Delhi, Sage Publications, 1996, p. 1-17.
- HALL, S. *A identidade cultural na pós-modernidade*, Rio de Janeiro: DP&A Editora, 2004
- HALL, S. e JEFFERSON, T. (Org.) *Resistance through rituals*. London: Hutchinson. 1976



HARGITTAI, E. Digital Na(t)ives? Variation in Internet Skills and Uses among Members of the “Net Generation”. *Sociological Inquiry*. 80(1), p.92-113, 2010

HARGITTAI, E. e WALEJKO. G. The Participation Divide: Content Creation and Sharing in the Digital Age. *Information, Communication and Society*. 11(2), p. 239-256, 2008

HEBDIGE, D. *Subculture: The Meaning of Style*. London: Methuen, 1979

ITO, Mizuko *et al.* Living and learning with New Media: summary of findings from the Digital Youth Project, MacArthur Foundation, 2008. Disponível em: <<http://digitalyouth.ischool.berkeley.edu/files/report/digitalyouth-WhitePaper.pdf>>.

Acesso em: 8 mar. 2011.

JENCKS, C. The centrality of the eye in western culture: an introduction. In JENCKS, C. (Org.), *Visual Culture*. London e New York: Routledge, 1995, p. 1-25

KAHN, R. e KELLNER, D. Internet subcultures and oppositional politics. In D. MUGGLETON e R. WEINZIERL (Org.) *The post-subcultures reader*. Oxford e New York: Berg, 2004

LENHART, A. *et al.* “Teens and Social Media” – Pew Internet & American Life Project, Report, 2007, Disponível em: http://www.pewinternet.org/~media/Files/Reports/2007/PIP_Teens_Social_Media_Final.pdf. Acesso em: 8 mar. 2011.

LULL, J. *Media, Communication, Culture. A Global Approach*. Cambridge: Polity Press, 2000

MAGNANI, J. G. Os circuitos dos jovens urbanos, *Tempo Social, Revista de Sociologia da USP*, V.12, N.2, p. 173-205, 2005

MIRZOEFF, N. *An introduction to visual culture*, London e New York: Routledge, 1999

MULLER, Marion. Visual competence: a new paradigm for studying visuals in the social sciences. *Visual Studies*, Vol.23, n°2, p. 101-102, 2008

MORLEY, D. e ROBINS, K. *Spaces of identity. Global media, electronic landscapes and cultural boundaries*, London-New York: Routledge. 2002

MUGGLETON, D. The post-subculturalist. In REDHEAD, W. e O’CONNOR (Org.), *The Clubcultures Reader. Readings in Popular Cultural Studies*, Oxford: Blackwell, 1997, p. 185-203.



» XI Congresso Luso Afro Brasileiro de Ciências Sociais

Diversidades e (Des)Igualdades

Salvador, 07 a 10 de agosto de 2011.

Universidade Federal da Bahia (UFBA) - PAF I e II

Campus de Ondina

- MUNÕZ CARRIÓN, A. Tácticas de comunicación juvenil: intervenciones estéticas. *Revista de Estudios de Juventud*, nº 78, p. 11-23, 2007
- OECD (2007), *Participative Web and User-created Content. Web 2.0, wikis and social networking*, OECD
- PAIS, J.M. *Culturas Juvenis*. Lisboa: IN-CM, 1993
- PAIS, J. M. e BLASS, L. M. (Org.) *Tribos urbanas – Produção artística e identidades*, Lisboa: Imprensa de Ciências Sociais, 2004
- REGUILLO, R. La performatividad de las culturas juveniles. *Revista de Estudios de Juventud*, nº64, p. 49-56, 2004
- SIMÕES, J. A.; P. NUNES e R. CAMPOS. Entre subculturas e neotribos: propostas de análise dos circuitos culturais juvenis. O caso da música rap e do hip-hop em Portugal. *Fórum Sociológico*, 13/14 (2ª série), p. 171-189, 2005
- SKELTON, T. e VALENTINE, G. (Org.) *Cool Places. Geographies of Youth Cultures*, London-New York: Routledge, 1998
- THOMPSON, J. *Ideologia e Cultura Moderna*, Petrópolis: Vozes, 1999.
- VALE DE ALMEIDA, M. *Corpo Presente*. In MIGUEL VALE DE ALMEIDA (Org.) *Corpo presente. Treze reflexões antropológicas sobre o corpo*, Oeiras, Celta Editora, 1996, pp. 1-22
- WILLIS, P. *Common Culture: Symbolic Work at Play in Everyday Cultures of the Young*, Milton Keynes, Open University Press, 1990
- WOODWARD, K. *Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual*. In TADEU DA SILVA, T. (Org.) *Identidade e diferença. A perspectiva dos estudos culturais*, Editora Vozes: Petrópolis, 2005, p.7-72