

As produções de subjetividades juvenis na cultura midiática:

Flavia Turino Ferreira¹

Rosa Maria Leite Ribeiro Pedro²

Introdução.

O presente texto pretende abordar algumas transformações nas configurações das subjetividades da juventude contemporânea produzidas com as novas modalidades de comunicação e de tecnologias. Estas inovações estão criando outras possibilidades culturais e outras maneiras de interação no mundo que se refletem nas formas de expressão produzidas pela sociedade atual. Neste contexto, a nova geração de jovens seria aquela que com mais facilidade integraria essas mudanças sócio-culturais. A juventude configuraria um lugar privilegiado de visibilidade das transformações que incidem sobre a subjetividade, pois é perceptível a facilidade com que os jovens integram essas mudanças em suas práticas cotidianas, mudanças essas que parecem coincidir com sua própria condição de “sujeitos em formação”.

1. As novas mídias: capturas e desvios.

As transmutações que ocorreram em poucos anos na área político-econômica e os avanços tecnológicos reconfiguraram as relações intersubjetivas, assim como os processos culturais. Se no início da modernidade as subjetividades seguiam o modelo do sujeito kantiano, e mais tarde o freudiano, atualmente este sujeito interiorizado está em declínio, já que as concepções e os valores mudaram a partir do momento em que o capitalismo mudou sua configuração. A velocidade das mudanças está produzindo outros valores, desenhando um novo cenário na atualidade no qual se pode identificar que as configurações das subjetividades estão tomando um contorno bem diferente das formas de subjetivação modernas. As mudanças contemporâneas reinventam e colocam em xeque conceitos como o de sujeito, de cidadão e de interioridade, anteriormente atrelados a idéias de alteridades, autonomia e consciência. Agora esses termos têm como parâmetros não só o ato de consumir como também o de expor o que se consome. As configurações subjetivas produzidas a partir das novas mídias colocaram em cheque antigos valores, modificando as formas de relacionamento.

Os aparelhos midiáticos efetuam uma mudança de valores, principalmente nas novas gerações, pois os jovens se caracterizam como a geração que mantém uma relação mais estreita e direta com as tecnologias, produzindo outras possibilidades de interações, já que eles nasceram inseridos na cultura contemporânea. Neste sentido, as subjetividades se produziram através do consumo de mercadorias e de imagens. A difusão global das marcas de empresas transnacionais, assim como a absorção mais fácil do discurso capitalístico pela juventude, faz com que esta se identifique muito mais com a cultura global do que com a cultura tradicional de seu país. Isto acontece, porque meios de comunicação como a televisão

¹ Professora do instituto federal do Rio de Janeiro e doutoranda do programa EICOS/UFRJ - flavia.turino@gmail.com

² Professora associada do Programa EICOS/UFRJ – rosapedro@globo.com.br

têm muito mais influência na cultura atual, pois trabalham com imagens dinâmicas, linguagem simples, música de fundo e alta qualidade de resolução. Além dessas características, a mídia ligada diretamente à cultura de mercado e aliadas à globalização neoliberal passam a identificar cultura à mercadoria, o que produz um esvaziamento do próprio conceito de cultura. É claro que este fenômeno também atinge as outras gerações, contudo muito dos comerciais são voltados para os jovens, pois assim criam-se futuros consumidores, além do que este grupo tem a tendência a ter menos resistência com o discurso da novidade, como explica CANCLINI:

A renovação incessante necessária ao mercado capitalista captura o mito da novidade permanente que também impulsiona a juventude. Nunca as necessidades do mercado estiveram afinadas tão precisamente ao imaginário de seus consumidores (CANCLINI, 2005, p. 41).

As atuais maneiras de subjetivar-se acontecem através da fabricação de outras interações que se produzem muito mais na superfície da imagem estética, do que numa relação de conscientização de si através de uma interioridade fixa. Se outrora “ser autêntico” estava ligado a opiniões e idéias permanentes sobre o mundo, atualmente ter personalidade se baseia na idéia de flexibilidade, de adaptação às novas tendências e novidades produzidas em alta velocidade, tanto no campo científico/tecnológico, quanto no campo da moda, por exemplo. O consumo como uma realização instantânea do desejo fabrica subjetividades momentâneas cujas máscaras se sobrepõem umas às outras e onde o social é o palco em que atuam as diversas personagens fabricadas por cada pessoa. A forma de representar hoje, não admite mais uma identidade fixa. Atualmente a identidade é somente mais uma ficção criada para estabilizar a existência humana, ela perdeu a eficácia que tinha outrora, pois não consegue acompanhar os devires dos coletivos.

A mídia produz hoje qualquer acontecimento como espetáculo, desde a economia (como a festa que se faz a cada pregão aberto em Wall Street), passando pela política, moda, cultura e até mesmo a vida ordinária de pessoas comuns podem se transformar em um grande acontecimento global. Os objetos mais consumidos hoje devem seu sucesso menos pela sua qualidade e mais pela sua imagem construída pelo marketing. Neste sentido, o consumo se dá a partir do espetáculo produzido pela mídia que atrelam às marcas conceitos como o de sucesso e bem estar. Contudo nem sempre o objetivo a ser alcançado com o espetáculo é atingindo, pois as imagens não podem ser controladas, pois elas são divulgadas e capturadas pelo público de diferentes formas. “(...) o espetáculo é sempre contraditório, ambíguo e sujeito a inversos e reviravoltas. A administração pública, empresas e celebridades não têm certeza se serão beneficiadas ou vítimas dos caprichos do espetáculo.” (KELLNER, 2006 p.143). A mídia assim pode produzir o espetáculo, mas ela não tem controle sob suas conseqüências, pois a audiência não representa uma passividade diante das imagens, ao contrário, ela se torna cada vez mais ativa, uma atividade que começou com o *zapping* do controle remoto, e que se prolonga nas inúmeras possibilidades de interconexão atuais.

A ruptura da narração e a preeminência do fluxo de imagens que aí se produzem encontram a sua expressão mais certa no *zapping* com o qual o telespectador, ao mesmo tempo em que multiplica a fragmentação da narração, constrói com seus pedaços um outro relato, um duplo, puramente subjetivo, intransferível e incomunicável. (BARBERO, 2006 p.75)

As novas tecnologias produziram uma revolução na concepção da imagem. Se por muito tempo a imagem foi vista pelo racionalismo como uma projeção subjetiva e que por isso era um obstáculo para a epistemologia, ela agora se tornou a sua aliada com as novas

tecnologias. A informática produz uma imagem que dilui os limites entre o que era tido como científico e como figurativo, ela une estas duas extremidades, como cita BARBERO:

O novo estatuto cognitivo da imagem se produz a partir de sua informatização, isto é, de sua inscrição na ordem do numerável, que é a ordem do cálculo e suas medições lógicas: número, código, modelo. Inscrição que remete, no entanto, não só a uma economia informacional (G. Chartron), mas também a ironia do figurativo (M. Levin, T. Lenain), nas quais a imagem deixa de ter como lastro sua errância estética e sua cumplicidade com a sedução. (BARBERO, 2006 p73)

Segundo COUCHOT, a imagem ao ser produzida através do *pixel* revolucionou sua concepção. A lógica figurativa ótica sempre permeou o processo de representação da imagem dando ao telespectador a ilusão do real. Em princípio, tanto a pintura quanto a fotografia³ tinham como objetivo a imitação da natureza. No caso da fotografia a natureza se auto-reproduz, já que o fotógrafo só mediará o encontro do objeto com a câmara escura. A televisão⁴ também se utilizou da imagem ótica, pois ela representava a realidade em tempo real - o seu processo se dava por decomposição da imagem em linhas e estas em pontos. Contudo, o *pixel* transformou a concepção de imagem, pois na composição analógica da imagem cada ponto que a compõe nem sempre é controlável, enquanto que com *pixel* todos os pontos são controláveis e passíveis de modificações. Com o surgimento do *pixel* produz-se uma lógica figurativa numérica já que “o *pixel* é a expressão visual, materializada na tela, de um cálculo efetuado pelo computador, conforme as instruções de um programa. Se alguma coisa preexiste ao *pixel* à imagem é o *programa*, isto é, linguagem e números, e não mais o real” (2008, p. 42). Portanto, a imagem que o número produz através de um programa não representa o real, mas o simula. O espaço virtual é este criado pelos múltiplos micro-impulsos que perpassam no computador. A hibridação entre as máquinas, números, linguagem, sujeito, ciência, impulsos magnéticos, dentro outros é inegável, não existindo mais as fronteiras nem entre os saberes, nem entre sujeito e objeto.

Nesse sentido, pode-se dizer que a imagem-matriz digital não representa mais nenhuma aderência ao real: libera-se dele. Faz entrar a lógica da figuração na era da Simulação. A topologia do Sujeito, da Imagem, e do Objeto fica abalada: as fronteiras entre esses três atores da Representação se esbatem. Eles se desalinham, se interpenetram, se hibridizam. A imagem torna-se imagem-objeto, mas também imagem-linguagem, vaivém entre programa e tela, entre memórias e o centro de cálculo, os terminais; torna-se imagem-sujeito, pois reage interativamente ao nosso contato, mesmo ao nosso olhar ela também nos olha. O sujeito não mais afronta o objeto em sua resistência de realidade, penetra-o em sua transparência virtual, como entra no próprio interior da imagem. O espaço muda: o virtual pode assumir todas as dimensões possíveis, até dimensões não inteiras, fractais. Mesmo o tempo flui diferente, ou antes, não flui mais de maneira inelutável; sua origem é permanente “reinicializável”: não fornece mais acontecimentos prontos, mas *eventualidades*. Impõe-se uma outra visão do mundo. Emerge uma nova ordem visual. (COUCHOT, 2008 p. 42)

³ Desde o surgimento da fotografia, a pintura não tem o compromisso de retratar uma realidade em comum, mas sim a realidade figurativa e abstrata da própria arte.

⁴“Faltava ao mosaico eletrônico ser completamente *ordenado*, ao ponto da imagem ser *numerizada*, isto é, indicável exatamente na tela através de coordenadas especiais e cromáticas definidas por um *cálculo automático*.” (COUCHOT, 2008, p 38).

O modo interativo faz com que o mundo virtual saia de seu circuito fechado, abrindo-se para o mundo exterior o que dilui as fronteiras entre real e virtual, produzindo outras concepções de imagem, espaço/tempo, sujeito/objeto que agora não se encontram mais separadas. O virtual neste sentido é uma extensão do real, ele produz possibilidades tanto imaginárias, quanto concretas. A imagem assim, além de figurativa tornou-se funcional. Um exemplo desta funcionalidade são os simuladores de vôos em que o virtual se torna uma maneira de percepção do real, ele lhe dá um sentido. O virtual transporta a simulação humana para um espaço totalmente novo em que as possibilidades de atuação são infinitas, ele dá concretude à dissimulação humana. “O virtual aparece aqui não só como uma dimensão do real, não voltado simplesmente a substituí-lo (...). Ele envolve o projeto de uma extensão, camadas de possibilidades não apenas imaginárias: um pensamento concreto.” (WEISSBERG, 2008 p 119).

2. As interações juvenis através das novas mídias.

Se por um lado as novas tecnologias criaram uma cultura da exposição e do controle, por outro, elas também abriram outros espaços de discussão e de resistências. A popularização destas mídias na vida dos jovens produz hoje outras maneiras de elaboração do saber, do tempo, do espaço e dos valores, e que se conectam a uma lógica de redes. Desta forma, o método rizomático parece ser a melhor alternativa para pensar a questão das novas tecnologias e das subjetividades juvenis. A abundância de informações disponíveis na rede informática e a forma fragmentada com que estas se apresentam está produzindo nos jovens uma subjetividade, que se caracteriza pela descontinuidade e pela falta de linearidade. A inserção do computador na vida das novas gerações desde cedo produz hoje diferentes formas de subjetivação.

Agora se trata de entender como a espetacularização permanente à distância nos modifica, ou, dito de outro modo, esta estranha combinação de midiatização e interconectividade. A midiatização afasta, esfria, e, ao mesmo tempo, a interconectividade proporciona sensações de proximidade e simultaneidade. (CANCLINI, 2005, p.216.)

As configurações das interações atuais possibilitadas pelas conexões instantâneas, produzem um outro tipo de pertencimento social que tem como base a materialidade, o corpóreo e o prazer. Neste sentido, o que importa para as novas gerações é estabelecer o maior número de conexões possíveis a cada instante, valorizando uma relação de empatia e proximidade. Se anteriormente a lógica formal era a maneira de se conduzir um raciocínio, atualmente para se dar conta de tantos estímulos é preciso que se pense através da lógica das redes, não mais à procura de causas ou essências, mas sim na produção de novas relações e possibilidades de outras conexões.

A tecnologia remete, hoje, não a alguns aparelhos, mas, sim, a novos modos de percepção e de linguagem, as novas sensibilidades e escritas. Radicalizando a experiência de desenraizamento produzida pela modernidade, a tecnologia deslocaliza os saberes, modificando tanto o estatuto cognitivo quanto o institucional das condições do saber e as figuras da razão (Gh. Charton, A. Reneaud), o que está conduzindo a um forte apagamento de fronteiras entre razão e imaginação, saber e informação, natureza e artifício, arte e ciência, saber experiente e experiência profana. (BARBERO, 2006, pp. 54, 55).

Segundo MAFFESOLI, se a sociabilidade foi característica da época moderna, atualmente os processos de subjetivação se dão pela *socialidade*. O termo sociabilidade visava uma sociedade onde as escolhas das ações eram racionalmente justificadas. Desta forma, ela baseava-se na moral kantiana em que as escolhas são calculadas racionalmente a fim de não prejudicar as alternativas do outro. A *socialidade*, por outro lado, caracteriza-se pelo compartilhamento de ações instantâneas que operam baseadas num interesse em comum de pessoas que vivem situações semelhantes naquele momento. Este movimento de *socialidade* produz para este autor uma forma lúdica de socialização que remete a estetização da existência. Enquanto a sociabilidade remete ao conceito de povo por trazer consigo a idéia de ordenação e finalidade, a *socialidade* remete a idéia de multidão ou de massa que se caracteriza pelo movimento desordenado das ações, ao devir dos acontecimentos.

Na minha linguagem direi que a multidão está no vazio, que ela é a própria vacuidade, e é nisso que reside sua *potência*. Recusando a lógica da identidade, que transforma o povo em proletariado (em “sujeito” da História), a multidão pode ser de maneira seqüencial ou ao mesmo tempo, a multidão dos “carneiros” ou a multidão racista ou a multidão cheia de generosidade, a multidão iludida ou a multidão astuciosa. (MAFFESOLI, 2006 p 78).

A *socialidade* se dá através da empatia ou de *proximia*, isto é ela tem um caráter pático, sensível, pré-conceitual que se liga ao plano dos afetos e da ação, e por isso ela é sempre atualizante. Este movimento empático de *socialidade* tenderia muito mais para uma valorização do caráter pático das subjetividades, do que pela individuação das subjetividades. MAFFESOLI retoma o conceito weberiano de “comunidade emocional” para nomear este tipo de agregação pática: “(...) nossa análise deve estar atenta ao fato de que aquilo que predomina, maciçamente, na atitude grupal é o dispêndio, o acaso, a desindividualização, o que não permite ver a comunidade emocional uma nova etapa da patética e linear da história da humanidade (2006, p 40).” As comunidades emocionais se dão a partir de processos de empatia que compõe um paradigma estético que MAFFESOLI designa como *ética da estética*. Desta forma a ação não tem um fim universal, ela antes é uma maneira de ser, isto é: age-se sob máscaras sendo o mascaramento o próprio objetivo do agir. É isto que faz com que uma tribo se componha não só de ideais, mas também de toda uma produção corpórea como a forma de se vestir, se portar perante os outros, os dialetos etc, tudo isto compõe um ritual que deve ser cumprido por quem participa de determinada comunidade.

Retomando as idéias de LEMOS (2002), poder-se-ia dizer que a cibercultura seria uma maneira destacada destes jovens se manifestarem hoje, o que marcaria de certa forma a diferença entre as gerações anteriores. Nos anos 70, a contracultura foi um movimento de ruptura com a cultura moderna, o que fazia com que os jovens refutassem a tecnologia, pois esta era uma imagem da racionalidade moderna. A geração atual se apropriou da contracultura, aliando a esta a tecnologia, tornando caótico um espaço que era tido como o ícone da razão científica. LEMOS (2002) afirma que as novas tecnologias do ciberespaço produzem uma *socialidade* que ele identifica como sendo uma *cibersocialidade*.

A geração da década de 80 viu surgir o walkman, a MTV, os jogos eletrônicos, os videotextos,... A geração da década de 90 já está acostumada ao multimídia, a realidade virtual às redes planetária telemáticas. A geração X, do caos (RUSKOFF), encontra-se inserida na sociedade da simulação, das imagens de síntese e da informação generalizada. Esta geração não é mais literária, individual e racionalista, como a cultura enciclopédica dos livros. A nova geração eletrônica é simultânea, como dizia MCLUHAN, presenteísta, tribal e estética, como afirma MAFFESOLI e é o seu próprio

simulacro, como explica BAUDRILLARD. Ela aceita o desafio da sociedade de simulação jogando, através de colagens e zappings, com imagens e ícones da sociedade do espetáculo. (LEMOS, 2002, p.282).

A técnica, segundo MAFFESOLI, foi reapropriada pelos jovens de forma que ela não se destina mais a mera função utilitária, ela hoje se desenvolve em torno de uma paixão em comum. “A tecnologia, que foi durante toda a modernidade um instrumento de racionalização e de separação, parece transformar-se numa ferramenta convivial e comunitária.” (LEMOS, 2002 p.87). As novas tecnologias, neste sentido, produziram um reencantamento do mundo. Aliadas à contestação e a forma de expressar-se do *rap* e ao ideal *punk do-it-yourself*, as novas mídias ampliaram as formas de divulgação de produções independentes.

O ideário estético e político do punk e do hip hop ainda influencia corações e mentes de grupos juvenis urbanos que se cruzam em diferentes circuitos culturais das metrópoles brasileiras. Consciência, atitude, ritmo, a força da palavra escrita e falada, e a convicção de que “posso fazer algo e constrianger o sistema” são marcas da arte produzida por grupos das periferias e também por coletivos universitários capitalistas.

O diálogo entre esse dois universos é cada vez mais frequente e conseqüente, em virtude da ampliação do acesso aos meios de comunicação alternativos. A redução dos custos de produção de CD e DVD e as múltiplas possibilidades de difusão da criação artística pela internet produzem oportunidades de exposição antes inimagináveis, mesmo para os jovens de classe média. (LEITE, 2008 p.29)

Muitos movimentos jovens são ativistas da livre circulação de informações e propõem uma nova configuração da propriedade intelectual, como os *Creative Commons*. Tais movimentos têm como objetivo engendrar dispositivos que possibilitem a circulação de produções independentes pela rede, vide o exemplo do *My Space*. A partir da criação de micro-redes os jovens divulgam suas criações caseiras causando micro-ruídos na indústria cultural. Além disso, é cada vez maior o número de coletivos juvenis que pensam a questão da inclusão cultural e da livre difusão de obras. Em outubro de 2007, por exemplo, a ONG Ação Educativa e o coletivo Epidemia⁵ realizaram debates em torno do tema do conhecimento, culturas livres e propriedade intelectual.

O que está em jogo hoje na cultura produzida pelos jovens, embora não só pelas garotas e os rapazes de vinte e poucos anos, é a emergência da criação. E o acesso às novas mídias tem reforçado esta tendência. Sob a bandeira da inclusão digital e da democratização aos meios de comunicação, o que se apresenta, ou reapresenta, é a idéia de que é possível fazer, escrever, compor, interferir e difundir. Daí a tendência do debate sobre propriedade intelectual e livre circulação do conhecimento e da cultura. Se são novas as tecnologias, não o é a idéia de apropriação dos meios, de afirmação da condição juvenil pela ação cultural. O que acontece é que, hoje, ela parece emergir de forma mais encorpada. (LEITE, 2008 p.30).

A hibridação do ideário estético político dos *punks* com as novas mídias produziram diversos grupos denominados *cyberpunks*. Este termo compõe um núcleo heterogêneo de tribos eletrônicas como os *harckers*, os *crackers*, os *ravers* e os *zippies*⁶. Todas estas tribos

⁵ Coletivo brasileiro que discute a questão da livre circulação de informações.

⁶ Enquanto os *harckers* penetram nos sistemas a fim de entendê-lo e de demonstrar a fragilidade do mesmo, os *crackers* penetram nos sistemas com o objetivo de dar pane, apagar tudo, implantar vírus,... O objetivo destes

têm em comum o prazer, o conhecimento e uma linguagem própria que se processa através das novas tecnologias. Contudo além de utilizar das tecnologias do ciberespaço para sua satisfação, os *cyberpunks* utilizam-se das tecnologias para fazer uma crítica ao próprio desenvolvimento tecnológico. Ao produzirem interferências nestes sistemas que em princípio foram criados para fins unicamente racionais estas tribos produzem outros vetores de possibilidades para as tecnologias do ciberespaço. Os *harckers* por exemplo, ao interferirem no primeiro sentido da informática⁷ através da criação e disseminação de uma microinformática, recompuseram o espaço virtual. No caso desta tribo o local de socialização é o ciberespaço. Os *harckers* têm um código de ética⁸ que deve ser seguido quando se invade um sistema. Para eles o trabalho se liga a paixão e ao prazer pelo que se faz, sendo que o objetivo deste grupo é garantir uma difusão gratuita, livre e ilimitada para o conhecimento. Ao criarem o *softwear livre* e as *Creative Commos*, os *harckers* descentralizaram o saber contribuindo com a inclusão digital, potencializando o ciberespaço e produzindo um novo local publico.

O ciberespaço é fruto da lógica industrial moderna (fonte de *aliance*) e um verdadeiro instrumento de contato (*reliance*). Para evitar confundirmos simples agregações eletrônicas com vínculos comunitários, preferimos dizer que o ciberespaço potencializa agregações eletrônicas, que podem ser estas de tipo comunitário ou não. (LEMOS, 2002 p 152).

Os dispositivos tecnológicos como *e-mail*, celulares e mais recentemente o *twitter*, proporcionaram uma organização instantânea de manifestações que agregam uma grande quantidade de pessoas. As manifestações relâmpagos, por exemplo, (também chamadas de *flash-mobs*) são formas de ações micropolíticas que os jovens encontram de expressarem suas posições atualmente. Os *flash-mobs* surgiram em 2003 nos EUA e consistia em organizar ações instantâneas e inusitadas pela cidade, seu objetivo era expor o vazio da cultura atual e quebrar com a aparente normalidade do cotidiano. Nos EUA uma destas manifestações reuniu 500 pessoas ajoelhadas ao mesmo tempo em torno de um dinossauro exposto numa loja de brinquedos. Aqui no Brasil um grupo de pessoas tirou simultaneamente as calças no metrô de São Paulo, aparentando naturalidade e causando estranhamento àqueles que lá estavam. Contudo, estes movimentos são muitas vezes reapropriados por empresas que enxergaram nestas manifestações uma boa maneira de fazer marketing. Há pouco tempo a empresa LG, por exemplo, organizou um *flash-mob* em que modelos andaram pela Rua Oscar Freire em São Paulo portando o novo celular desta marca. Assim, da mesma forma que os jovens se

últimos é muitas vezes destruir a sociedade da informática através dela mesma, enquanto os primeiros querem fazer uma crítica à sociedade da informática. Os *ravers* são uma tribo que se expressa através da música tecno, da dança, do hedonismo e da drogas unindo o primitivo e o tecnológico no mesmo espaço. Já os *zippies* (Zen Inspired Pagan professionals) são grupos que tentam balancear o lado tecnológico com o espiritual.

⁷Voltada para pesquisas militares

⁸Alguns dos preceitos éticos dos hackers criado por STEPHEN LEVY em 1984 (*Hackers: Heroes of the Computer Revolution*) são:

- Nunca apague intencionalmente ou danifique um arquivo em um computador que você tenha invadido.
- Trate os sistemas que você invade como você trataria seu próprio computador.
- Notifique os administradores de sistemas sobre qualquer brecha de segurança que você encontrar.
- Não invada para roubar dinheiro.
- Não invada para roubar informações.
- Não distribua ou colecion software pirateado.
- Nunca corra riscos estúpidos - tenha consciência da sua habilidade.
- Sempre esteja disposto compartilhar e repassar seu conhecimento e os métodos que utiliza.
- Respeite quem está aprendendo (seja humilde).

apropriam das novas tecnologias para criarem formas rápidas de manifestação, o capitalismo captura com a mesma velocidade estas inovações juvenis reterritorializando-as a favor do consumo. Neste caso, os movimentos de interferências no sistema hoje devem ser tão rápidos quanto à captura capitalística das resistências. Estar tanto *em processo de* escapar, quanto de se apropriar das possibilidades que o sistema capitalístico⁹ propõe, é uma maneira de singularizar a política a partir de ações micropolíticas.

3. Conclusão.

A instantaneidade da agregação e da desagregação dos movimentos culturais juvenis demonstra que, assim como o capitalismo é veloz na desterritorialização, os coletivos também o são, pois é desta maneira que eles conseguem manter-se no turbilhão de mudanças que são fabricadas a todo o momento. É o próprio movimento da mudança que faz com que tais coletivos consigam ter coesão e alguma estabilidade frente à captura capitalística. As manifestações juvenis, desta forma, se apropriariam do paradoxo que rege os acontecimentos, através de um movimento que é ele próprio paradoxal. Assim como o capitalismo lida com a ficção de forma tão suntuosa, para se fazer resistência é preciso que se utilize deste mesmo espaço que ele. A resistência deve ser no mesmo sentido deste, isto é, resistir é apropriar-se dos próprios agentes das subjetividades dominantes, produzindo um jogo que a revela. “Isso quer dizer que, ao invés de pretendermos a liberdade (noção individual ligada à de consciência), temos de retornar ao espaço da farsa, produzindo subjetividades delirantes.” (GUATTARI & ROLNIK, 2000 p.30). Dentro desta nova perspectiva acreditamos que os jovens são aqueles que são tanto os mais vulneráveis a lógica do mercado, quanto os que mais podem criar novas possibilidades de resistências, pois estes têm mais facilidade de apropriar-se do espaço da farsa, desterritorializando-o e reterritorializando-o à sua maneira. Saber lidar com a ficção de forma espontânea, sem recalques e sem subordiná-la a conceitos que lhe são opostos (como o de verdade), faz com que as possibilidades de conexão se multipliquem cada vez mais, produzindo novas formas de subjetivação onde noções como hierarquia, causa, e continuidade, dão lugar a um espaço de criação, rompendo os limites que separavam razão de imaginação. Neste sentido, os afetos e as conexões imediatas começam a ter um outro valor dentro do saber.

Referências

- BARBERO, J.M. “Técnicas, identidades, alteridades: mudanças e opacidades da comunicação no novo século” em *Sociedade midiaticizada*. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.
- CANCLINI, N. G. *Consumidores e cidadãos: conflitos multinacionais da globalização*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2005.
- COUCHOT, E. “Da representação à simulação” em *Imagem máquina: a era das tecnologias do virtual*. São Paulo: editora 34, 2008.
- GUATTARI, F. & ROLNIK, S. *Micropolíticas: cartografias do desejo*. Petrópolis: Editora: Vozes, 2000.

⁹ Assim como GUATTARI utilizamos o sufixo “ístico” para designar as diferentes formas de capitalismo.

KELLNER, D. “Cultura da mídia e triunfo do espetáculo” em *Sociedade midiaticizada*. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.

LEMOS, A. *Cibercultura*. Porto Alegre: Editora Sulina, 2002.

LEITE, E. “Faça você mesmo: a senha da cultura jovem.” Em *Le monde diplomatique Brasil*, Janeiro de 2008.

LEVY, S. *Hackers: heroes of the computer revolution*. Disponível em <http://www.dvara.net/HK/LevyStevenHackers1&2.pdf> acesso em 28/09/2009.

MAFFESOLI, M. *O tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa*. Rio de Janeiro: Ed. Forense Universitária, 2006.

WEISSBERG, J.L. “Real e Virtual” em *Imagem máquina: a era das tecnologias do virtual*. Rio de Janeiro: Editora 34, 2008.