



UNIVERSIDADE DO ESTADO DE SANTA CATARINA – UDESC
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS E DA EDUCAÇÃO – FAED
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM HISTÓRIA - PPGH

DISSERTAÇÃO DE MESTRADO

**“FIÉIS, AMBICIOSOS E
CONSERVADORES”: JOVENS
BRASILEIROS NAS REVISTAS VEJA
E ISTOÉ (1980-1999)**

NATHÁLIA JONAINÉ HERMANN

FLORIANÓPOLIS, 2019

NATHÁLIA JONAINÉ HERMANN

**“FIÉIS, AMBICIOSOS E CONSERVADORES”: JOVENS BRASILEIROS NAS
REVISTAS *VEJA* E *ISTOÉ* (1980-1999)**

Dissertação apresentada ao Programa de
Pós-Graduação em História – PPGH, da
Universidade do Estado de Santa Catarina
como requisito parcial para a obtenção do
grau de mestre em História.

Orientadora: Profa. Dra. Luciana Rossato.

Florianópolis, SC 2019

**Ficha catalográfica elaborada pelo programa de geração automática da
Biblioteca Setorial do FAED/UDESC,
com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)**

Hermann, Nathália Jonaine

"Fiéis, ambiciosos e conservadores" : Jovens brasileiros nas revistas Veja e IstoÉ (1980-1999) / Nathália Jonaine Hermann. -- 2019.

135 p.

Orientadora: Luciana Rossato

Dissertação (mestrado) -- Universidade do Estado de Santa Catarina, Centro de Ciências Humanas e da Educação, Programa de Pós-Graduação em História, Florianópolis, 2019.


1. Juventude. 2. Veja. 3. IstoÉ. 4. Classe média. 5. História do Tempo Presente. I. Rossato, Luciana . II. Universidade do Estado de Santa Catarina, Centro de Ciências Humanas e da Educação, Programa de Pós-Graduação em História. III. Título.

Nathália Jonaine Hermann

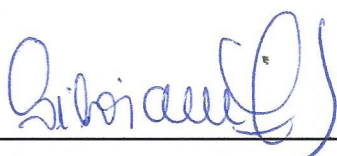
“Fiéis, ambiciosos e conservadores”: jovens brasileiros nas revistas Veja e IstoÉ (1980-1999).

Dissertação aprovada como requisito parcial para obtenção do grau de mestra, no Programa de Pós-Graduação em História da Universidade do Estado de Santa Catarina.

Banca julgadora:

Orientadora: 
Doutora Luciana Rossato
Universidade do Estado de Santa Catarina

Membro: _____
Doutora Katya Mitsuko Zuquim Braghini
Pontifícia Universidade Católica de São Paulo

Membro: 
Doutora Silvia Maria Fávero Arend
Universidade do Estado de Santa Catarina

Membro: _____
Doutora Cristiani Bereta da Silva
Universidade do Estado de Santa Catarina

Florianópolis, 10 de setembro de 2019.

AGRADECIMENTOS

Ter tido a oportunidade de concluir uma graduação e uma pós-graduação numa instituição pública, gratuita e de qualidade foi um imenso privilégio. Portanto, num momento em que as universidades públicas brasileiras encontram-se sendo diariamente atacadas, primeiramente agradeço às políticas governamentais que garantem acesso ao ensino superior a brasileiros e brasileiras que almejam um futuro melhor a partir dos estudos.

Este trabalho vincula-se ao Grupo de Pesquisa Ensino de História Memória e Culturas (UDESC/CNPq), que conta com financiamento da FAPESC por meio de chamadas públicas de apoio a infraestrutura dos grupos de pesquisa da UDESC.

Dito isso, agradeço:

À UDESC, pelo financiamento concedido durante toda minha pesquisa, a partir do Programa de Bolsas de Monitoria de Pós-Graduação.

À banca, pela leitura e os futuros apontamentos.

À professora Luciana, pela orientação desde o PIBID, passando pela iniciação científica, TCC e agora no mestrado. Tive o privilégio de ser orientada por uma pessoa que considero um exemplo profissional e pessoal.

À minha família, principalmente aos meus pais, pelo apoio incondicional, e à minha irmã, pelo companheirismo diário.

Ao Vitor, pelo companheirismo, paciência e carinho nessa trajetória.

Aos amigos inseparáveis que a FAED me deu: Ana, Christian e Isadora. Sem vocês, esse percurso teria sido muito mais difícil e sem graça. Sempre vou ter um carinho imenso por nossos momentos de diversão e estudos.

Aos professores e professoras do Departamento de História da UDESC, pelas ótimas aulas ao longo da graduação e da pós-graduação.

Aos colegas do grupo de estudos de história da infância e juventude e do grupo de estudos da pesquisa “A imprensa e os jovens”.

Aos amigos que fiz durante esses seis anos na FAED: Luciana, Janaína, Jade, Geovanni, Patrick, Lucas Eduardo, Lucas Garcia e Lucas Santos. Tenho um carinho muito grande por cada um de vocês que alegravam minhas idas à FAED. Também agradeço a todos os colegas que cruzaram meu caminho nesse trajetória durante a graduação e o mestrado.

Por fim, agradeço aos meus amigos que me fizeram compreender a importância da amizade: Ana, Isabela, Karolina, Paula, Rebeca e Ruben.

RESUMO

HERMANN, Nathália Jonaine. **“Fiéis, ambiciosos e conservadores”**: jovens brasileiros nas revistas *Veja* e *IstoÉ* (1980-1999). 133f. Dissertação (Mestrado em História) – Universidade do Estado de Santa Catarina. Florianópolis, 2018.

A presente dissertação tem como foco de pesquisa analisar as representações de jovens de classe média nas revistas *Veja* e *IstoÉ*, no recorte que abrange as décadas de 1980 e 1990. No período de 20 anos, foram construídas representações que atribuíam características peculiares aos indivíduos desta faixa etária. Segundo as revistas os jovens eram conservadores, consumistas e individualistas em comparação com a juventude dos anos 1960 e 1970, representada como transgressora e combativa. Em um contexto de redemocratização e de ampliação dos direitos civis, posterior a uma ditadura militar que perdurou por duas décadas, a História do Tempo Presente foi mobilizada para tal análise, uma vez que a categoria historiográfica lida com uma história em movimento, ideal para compreender uma faixa etária marcada pela transição. Levando em conta as pluralidades das juventudes, a pesquisa procurou compreender as motivações das duas revistas semanais ao representarem jovens de classe média de maneira com que esse estrato da categoria parecesse representar a totalidade das juventudes brasileiras. A análise foi feita a partir de 71 reportagens distribuídas entre as duas revistas, que estão entre os periódicos semanais de maior circulação no Brasil. As publicações tinham em comum referências ao cotidiano da juventude, em reportagens voltadas para os mais diversos temas, dentre os quais se destacam a sexualidade, o entretenimento, a participação política e as relações familiares dos jovens com seus pais e responsáveis, que eram o público alvo das revistas. A dissertação foi organizada em três capítulos: o primeiro dando enfoque às relações entre a história e o jornalismo na construção de uma noção de juventude homogênea e singular; o segundo disserta acerca de acontecimentos das décadas de 1980 e 1990 marcantes no que tange a juventude, como o Rock in Rio, em 1985, e as manifestações dos Caras-pintadas, em 1992; o terceiro e último capítulo é composto por uma análise das imagens da juventude a partir das fotografias das reportagens e de capas selecionadas.

Palavras-chave: Juventude; *Veja*; *IstoÉ*; Classe média; Imprensa; História do Tempo Presente.

ABSTRACT

The present dissertation focus it's research in analyzing the representations of middle class youth in *Veja* and *IstoÉ* magazines, in the timespan between 1980s and 1990s. In this 20 years period, representations were built attributing peculiar characteristics to the individuals of this age. According to the magazines, young people were conservative, consumerist, and individualistic compared to the youth of the 1960s and 1970s, represented as transgressive and combative. In a context of democratization and the expansion of civil rights, following a military dictatorship that lasted two decades, the History of the Present Time was mobilized for such analysis, since the historiographic category deals with a history in motion, ideal for understanding this age group that is marked by transition. Taking into account the plurality of youths, this research sought to understand the motivations of the two weekly magazines by representing middle-class youth so that this stratum of the category seemed to represent all Brazilian youths. The analysis was made using 71 reports by the two journals, which are among the most popular weekly journals in Brazil. The publications had in common references to the daily life of youth, in reports focused on diverse themes, among which stand out the political participation, sexuality, entertainment and family relationships of young people with their parents and guardians, who were the target audience of magazines. This dissertation is organized in three chapters: the first focusing on the relationship between history and journalism in the construction of a notion of homogeneous and singular youth; the second disserts about events of the 1980s and 1990s that were remarkable regarding youth, such as Rock in Rio, in 1985, and the Caras-Pintadas manifestations, in 1992; The third and final chapter is composed of an analysis of the images of youth from the photographs of the reports and selected covers.

Keywords: Youth; *Veja*; *IstoÉ*; Middle class; Press; History of the Present Time

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Gráfico 1 - Reportagens da revista <i>Veja</i> distribuídas por seção.....	29
Gráfico 2 - Reportagens da revista <i>IstoÉ</i> distribuídas por seção.....	30
Figura 1 - Infográfico sobre o que estava “em alta” e “em baixa” entre os jovens.....	71
Figura 2 - Exemplo de capa com destaque secundário.....	85
Figura 3 - Capa da edição nº 273 da revista <i>IstoÉ</i>	86
Figura 4 - Capa da edição nº 1301 da revista <i>IstoÉ</i>	87
Figura 5 - Capa da edição nº 818 da revista <i>Veja</i>	88
Figura 6 - Capa da edição nº 852 da revista <i>Veja</i>	89
Figura 7 - Capa da edição nº 1012 da revista <i>Veja</i>	90
Figura 8 - Capa da edição nº 1025 da revista <i>Veja</i>	91
Figura 9 - Capa da edição nº 1036 da revista <i>Veja</i>	92
Figura 10 - Capa da edição nº 1117 da revista <i>Veja</i>	93
Figura 11 - Capa da edição nº 1154 da revista <i>Veja</i>	94
Figura 12 - Capa da edição nº 1248 da revista <i>Veja</i>	95
Figura 13 - Capa da edição nº 1388 da revista <i>Veja</i>	96
Figura 14 - Capa da edição nº 1410 da revista <i>Veja</i>	97
Figura 15 - Jovem negro no protesto contra o Presidente Collor.....	105
Figura 16 - Jovem negra de costas.....	106
Figura 17 - Jovem negro trabalhador do Mc Donalds à direita.....	107
Figura 18 - Jovens negros integrantes do grupo de rap Racionais Mc's.....	108
Figura 19 - Jovens negros integrantes do grupo de rap Racionais Mc's.....	108
Figura 20 - Jovens entrevistados para a reportagem “Guia para pais aflitos”.....	110
Figura 21 - Jovens entrevistados para a reportagem “Guia para pais aflitos”.....	110
Figura 22 - “Patins para todos os bolsos”.....	112
Figura 23 - Jovem, à direita, com acesso a um celular.....	113
Figura 24 - Jovem, abaixo, com 17 anos e carro próprio.....	114
Figura 25 - Casal de idosos procurando roupas “clássicas”.....	116
Figura 26 - Jovens surfistas que usam o esporte como renda.....	117
Figuras 27 - Abaixo, roupas e acessórios usados por jovens no Rock in Rio.....	118

Figura 28 - Abaixo, roupas e acessórios usados por jovens no Rock in Rio.....	118
Figura 29 - Roupas e acessórios que eram sucesso de vendas no Brasil.....	119
Figura 30 - Roupas e acessórios que eram sucesso de vendas no Brasil.....	119
Figuras 31 - Produtos da indústria cultural consumidos pelos jovens.....	120
Figura 32 - Produtos da indústria cultural consumidos pelos jovens.....	120
Figura 33 - Jovens representantes das “tribos urbanas” analisadas na reportagem.....	121
Figura 34 - Jovens representantes das “tribos urbanas” analisadas na reportagem.....	121
Figura 35 - Jovens representantes das “tribos urbanas” analisadas na reportagem.....	122
Figura 36 - Jovens representantes das “tribos urbanas” analisadas na reportagem.....	122

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Reportagens da década de 1980 separadas por temas.....	31
Quadro 2 - Reportagens da década de 1990 separadas por temas.....	31
Quadro 3 - Reportagens da categoria “hábitos”	32
Quadro 4 - Termos mais comuns utilizados pelas revistas em referência aos jovens.....	33
Quadro 5 - Reportagens com temas que preocupavam os pais e responsáveis.....	43
Quadro 6 - Especialistas que aparecem nas reportagens da revista <i>IstoÉ</i>	45
Quadro 7 - Especialistas que aparecem nas reportagens da revista <i>Veja</i>	46

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	18
1. A IMPRENSA E A CONSTRUÇÃO DE UM MODELO HOMOGÊNEO DE JUVENTUDE.....	28
1.1 AS REVISTAS <i>VEJA</i> E <i>ISTOÉ</i>	37
1.2 “OS FILHOS PREOCUPAM, E OS PAIS BUSCAM AUXÍLIO”: AS INQUIETAÇÕES DOS PAIS E RESPONSÁVEIS COM OS JOVENS.....	42
2. AS PERMANÊNCIAS E RUPTURAS NAS REPRESENTAÇÕES SOBRE OS JOVENS NOS ANOS 1980 E 1990.....	60
2.1 A DÉCADA DE 1980.....	60
2.1.1 O Rock in Rio.....	63
2.1.2 A Constituição de 1988 e o direito ao voto facultativo a partir dos 16 anos	67
2.2 A DÉCADA DE 1990.....	71
2.2.1 Os caras pintadas.....	74
3.REPRESENTAÇÕES IMAGÉTICAS DA JUVENTUDE.....	80
3.1 A JUVENTUDE NAS CAPAS DASREVISTAS.....	83
3.2 JUVENTUDES E ESTEREÓTIPOS IMAGÉTICOS.....	101
3.3 MODA, CONSUMO E FORMAÇÃO DE IDENTIDADES.....	111
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	124
REFERÊNCIAS.....	128

INTRODUÇÃO

A reportagem da revista *IstoÉ* intitulada “Meu destino é ser star” tem como subtítulo o seguinte trecho: “Pesquisa revela que os jovens brasileiros gostam de brilhar, são individualistas e conservadores” (*IstoÉ*, nº 1229, 21 abr. 1993, p. 34). Esta pode ser usada como uma síntese das representações acerca de juventudes que foram analisadas ao longo desta dissertação, pois segundo ambas as revistas, a juventude brasileira dava sinais de ter perdido suas características combativas, rebeldes e liberais nos costumes, estereótipos comumente relacionados a faixa etária até então. Portanto, a presente pesquisa tem como objetivo analisar como os jovens brasileiros foram veiculados nas revistas *Veja* e *IstoÉ* no decorrer das décadas de 1980 e 1990.

A partir da definição dos sujeitos de pesquisa e do recorte temporal, uma juventude específica se sobressaía nas reportagens: os jovens de classe média dos centros urbanos. Tal juventude era majoritariamente apresentada nas revistas como a máxima representação do jovem brasileiro, pois por conta de seu capital cultural e financeiro, esses jovens se enquadravam no comportamento esperado de juventude segundo as revistas, frequentando espaços e consumindo produtos direcionados à faixa etária.

O próprio título da presente dissertação veio de um subtítulo da reportagem “O que é ter 16 anos” (*IstoÉ*, nº 1406, 11 set. 1996) que estava na seção comportamento da revista. Intitulado “Fiéis, ambiciosos e conservadores”, um quadro trazia informações que haviam sido compiladas por uma agência de marketing após entrevistas com jovens brasileiros das classes A e B. Dentre os dados disponibilizados, o medo da AIDS, a busca por uma profissão lucrativa e realizadora e o amor eram os maiores anseios e desejos dos jovens.

A classe média, segundo uma reportagem da revista *IstoÉ*, era “aquela que consome e forma opinião no país” (*IstoÉ*, nº 1229, 21 abr. 1993, p. 34), portanto, ao analisar jovens desse nicho, seria possível tentar compreender o porquê do jovem de classe média ser representado como o modelo da faixa etária num país em que as juventudes são múltiplas e plurais. Assim como a juventude, não há uma definição unânime para o conceito de classe média, uma vez que “as identidades de classe não são vistas somente como consequência das condições econômicas” (SALATA, 2015, p. 114).

Segundo Neri (2008), existem pelo duas formas de definir a classe média. Uma primeira definição seria por análises de atitudes e expectativas das pessoas que é pautada na perspectiva de

ascensão econômica, advinda de um modelo estadunidense dos anos 1950 com origens no chamado “sonho americano”. Já a segunda seria pelo potencial de consumo, dividindo as classes sociais em camadas definidas pelas letras E, D, C, B2, B1, A2 e A1. Na presente pesquisa, o critério utilizado foi a menção das revistas à classe média e a observação de hábitos de consumo da juventude representada.

Ao criarem uma representação de juventude, grande parte das reportagens seguem um *modus operandi* que se repete em grande parte das fontes selecionadas: jovens dos anos 1980 e 1990 eram comparados com jovens dos anos 1960. Envolvida nos movimentos de contestação e contracultura, a juventude dos anos 1960 era representada nas revistas por um jovem revolucionário e transgressor enquanto os jovens dos anos 1980 e 1990 eram completamente diferentes. Essa representação de juventude é feita a partir de comparações como a seguinte: “[...] [os jovens] pregam a fidelidade, a realização profissional, a estabilidade familiar e as “transas” seguras. Saem do sexo, drogas e rock and roll. Entram amor, macarronada com a parentada aos domingos e o reggae das bandas Skank e Cidade Negra” (*IstoÉ*, nº 1406, 11 set. 1996, p. 41).

Alguns termos, como comportados e conservadores, se repetiam em grande parte das reportagens nas duas revistas e tais palavras também foram peças-chave tanto na definição do objeto de pesquisa quanto no recorte. A construção de uma representação em que os jovens brasileiros, principalmente os de classe média, eram mais tradicionais e menos rebeldes do que uma parcela dos jovens dos anos 1960 reconhecidos pela transgressão e rebeldia começou nos anos 1980 e teve seu auge nos anos 1990. Katya Braghini, em sua tese de doutorado (2010), estudou sobre jovens na Revista da Editora do Brasil e constatou que no impresso, que seguia uma linha editorial favorável ao governo ditatorial, construiu-se um “projeto de juventude” (BRAGHINI, 2010, p. 11) que seria contrária a uma juventude combativa e rebelde, sendo considerados conservadores. Apesar do recorte temporal distinto, *Veja* e *IstoÉ* utilizavam métodos ligeiramente similares com o impresso estudado por Braghini, uma vez que também se referiam à jovens como conservadores.

Em um contexto de redemocratização e de ampliação dos direitos civis, posterior a uma ditadura militar que perdurou por duas décadas, encontrar representações de jovens como nos trechos das reportagens citadas acima foi uma surpresa. Perceber que existiam vários artigos jornalísticos, em duas revistas distintas, referindo-se aos jovens como individualistas, conservadores e entre outros adjetivos similares num momento de reconquista da liberdade de

expressão despertou meu interesse em desenvolver uma pesquisa a respeito da temática. A partir das discussões sobre a história do Tempo Presente esta pesquisa tornou-se viável, pois só foi possível desenvolvê-la a partir da intersecção com estudos de diversas áreas de conhecimento das ciências humanas com a História, prática em que a História do do Tempo Presente está ancorada.

A definição das revistas *Veja* e *IstoÉ* como fontes deu-se por conta da minha iniciação científica na pesquisa intitulada “A imprensa e os jovens: representações sobre a juventude veiculadas na imprensa brasileira (1960-2000)¹”. Coordenado pela professora Dra. Luciana Rossato², o projeto tem como objetos de análise diferentes órgãos da imprensa brasileira, dentre os quais as revistas *Veja* e *IstoÉ* faziam parte. A partir da catalogação do acervo físico da revista *IstoÉ*³ e do acervo digital da revista *Veja*⁴ realizados durante a iniciação científica, tive contato com duas experiências bastante distintas de pesquisa historiográfica. Ao mesmo tempo que folheei as revistas *IstoÉ* uma a uma procurando quaisquer menções sobre jovens, pesquisei o termo *juventude* no site da revista *Veja* utilizando o sistema digital de busca por palavra-chave.

As limitações físicas do acervo, que muitas vezes pode não ter seu arsenal completo disponível, foram sentidas, posto que as edições do ano 1999 da revista *IstoÉ* não faziam parte do acervo. Após definido o recorte da juventude que seria estudada, bem como o recorte temporal da presente pesquisa, foram selecionadas 15 reportagens da revista *IstoÉ* e 56 da revista *Veja*, num total de 71 reportagens. O critério de escolha foi a semelhança entre as reportagens no que tange às representações de jovens de classe média e referências a um comportamento conservador e comportado da faixa etária.

No que tange a revista *Veja* e seu acervo digitalizado, é importante ressaltar que “os catálogos on-line permitem outras possibilidades: entre estas, o descobrimento de um tema através do acaso” (GINZBURG, 2007, p. 164). A partir da busca por palavras-chave, outras juventudes, para além dos jovens de classe média, eram localizadas. Esses jovens que não se enquadravam no padrão de jovem criado pelas revistas eram classificados com outras denominações, como menores ou infratores. Atentar a esse fato é extremamente necessário, uma

¹ A pesquisa teve início em agosto de 2015 e tem como objetivo investigar os discursos veiculados por órgãos da imprensa brasileira acerca da juventude, seus interesses, suas demandas e espaços de atuação, entre 1960 e 2000.

² Membro do Departamento de História da Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC), professora do Programa de Pós-graduação em História (UDESC) e do Mestrado Profissional em Ensino de História (UDESC).

³ O acervo consultado foi disponibilizado pelo Laboratório de Estudos Contemporâneos da Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC).

⁴ A revista *Veja* tem todo seu acervo digitalizado disponível para assinantes em: <https://acervo.veja.abril.com.br/#/editions>. Acesso em 13 de novembro de 2018.

vez que a juventude é um período da vida que pode ser vivenciado de maneiras completamente distintas de acordo com questões de classe, raça e gênero (MARGULIS; URRESTI, 1996).

As duas revistas tinham similaridades e diferenças. Mino Carta esteve presente na criação de ambas mas, enquanto a *Veja* era reconhecida como a revista semanal de maior circulação do Brasil, a *IstoÉ* “se apresentava mais como uma revista de análise do que de produção de noticiário” (CARVALHO; LOHN; OLIVEIRA, 2016, p. 160). As publicações tiveram muita relevância no processo de redemocratização do Brasil por serem revistas de grande circulação durante a década de 1980. Segundo a historiadora Juliana Miranda da Silva (2014) as revistas tinham como propósito interpretar os acontecimentos com o compromisso de trazer a verdade ao público leitor e atuavam como “articuladoras de discussões acerca de democracia e cidadania” (SILVA, 2014, p. 20).

Na perspectiva da socióloga Maria Celeste Mira (1997), a *Veja* tinha uma lógica de produção voltada para inserir o leitor num raciocínio de conhecimento que acompanhava a modernização da sociedade, ou seja, o consumidor tinha que ler o máximo de informações possíveis no mínimo percurso de tempo. Criada em 1968, a revista era inicialmente editada por Roberto Civita, filho de Victor Civita, que foi criador da Abril, editora que tem a revista *Veja* até os dias atuais como sua principal publicação. Já a revista *IstoÉ*, publicada pela editora Três, teve seu primeiro número publicado em 1976 e seu editor chefe era Mino Carta, que havia deixado a edição da revista *Veja* de maneira controversa. A *IstoÉ* tinha como objetivo fazer um jornalismo concorrente à revista *Veja*, “por tomar posições e deixá-las claras em suas matérias, quase todas autorais e assinadas por seus colaboradores” (LOHN, 2014, p. 98-99).

Entrando no campo das representações, já que a proposta do presente trabalho é analisar representações de juventudes em artigos jornalísticos, mais especificamente da juventude de classe média, entender a motivação das publicações é essencial para compreender a finalidade das mesmas. Segundo o historiador francês Roger Chartier “a representação das práticas tem razões, códigos, finalidades e destinatários particulares” (CHARTIER, 2011, p. 16). Desta forma, a utilização da temática juvenil carrega interesses particulares que eram transmitidos para grandes massas a partir da circulação das revistas. Portanto, torna-se fundamental se utilizar das revistas para “identificar o modo como, em diferentes lugares e momentos, uma realidade social é construída, pensada, dada a ler” (CHARTIER, 1990, p.16).

A análise do discurso também foi importante para a construção da presente pesquisa, uma vez que o discurso é uma peça chave do jornalismo no que se refere a suporte metodológico. Segundo Rosa Fischer, o discurso, para além de referir-se a coisas e usar signos linguísticos como letras, palavras e frases para reproduzir seus ideais, “apresentaria regularidades intrínsecas a ele mesmo, através das quais seria possível definir uma rede conceitual que lhe é própria” (FISCHER, 1995, p. 21). Ou seja, a partir de singularidades e semelhanças presentes nas reportagens resultantes de discursos de mercados editoriais, seria possível criar uma chamada rede conceitual que diz respeito a juventude brasileira.

No que tange as revistas como fonte, utilizar periódicos como tais vem sendo uma prática cada vez mais comum na historiografia, uma vez que possibilitam a aproximação do historiador com o recorte estudado, pois estes impressos podem ser considerados “enciclopédias do cotidiano” (LUCA, 2005, p. 112). A supervalorização da juventude, em detrimento da idade adulta ou da velhice, pode ser identificada nos artigos selecionados como fontes para a presente pesquisa, pois os jovens têm um horizonte de expectativas muito maior em relação às gerações anteriores já que “expectativas baseadas em experiências não surpreendem quando acontecem. Só pode surpreender aquilo que não é esperado” (KOSSELLECK, 2006, p. 313). O caráter transicional da juventude garante que a passagem por esta fase será marcada por uma série de surpresas que nunca são previstas pelo horizonte de expectativas dos jovens. Para Koselleck (2014) os acontecimentos são movidos pela capacidade de surpresa dos indivíduos, sendo que “uma pessoa mais velha não se surpreende tão facilmente quanto um jovem” (KOSSELLECK, 2014, p. 24); portanto, a juventude é peça chave dos acontecimentos, acontecimentos esses que dão movimento à história.

Ao estabelecer uma relação entre a historiografia e as mídias - que no caso da presente pesquisa, as fontes analisadas fazem parte desse conjunto - o historiador francês Jean-Noel Jeanneney categoriza a maneira como as mídias carregam consigo um potencial extremamente político por serem formadoras e dispersoras de interesses de pequenos grupos voltados para as massas. Nas palavras do autor: “no front da história política renovada, o setor dos meios de comunicação não é o mais ardorosamente trabalhado” (JEANNENEY, 2003, p. 213).

As revistas, como parte das *mass media*, são resultados de representações contextualizadas da realidade que acabam trazendo à tona a perspectiva de um grupo seletivo como se fosse a visão da população em geral para grandes massas. As revistas, segundo Dosse, são

meios de comunicação de massa que “participam plenamente da própria natureza dos acontecimentos que elas transmitem” (DOSSE, 2013, p. 260). Ou seja, os acontecimentos são construídos e transmitidos a partir das mídias. Para analisar revistas é essencial levar em conta o caráter político das publicações selecionadas. O “retorno do político” se dá “na vida cotidiana de um jornal, de uma rádio, de uma televisão, [pois] se reflete constantemente a vida política do país” (JEANNENEY, 2003, p. 225).

No que tange a relação da juventude com a História do Tempo Presente, a mesma está imersa num debate frequente com a ideia de geração por ser uma faixa etária de transição para a vida adulta. Na perspectiva de François Dosse, que toma as movimentações de Maio de 1968 como exemplo, a mobilização da juventude trouxe a tona tanto o novo quanto o antigo, uma espécie de “sincronização das temporalidades múltiplas; individuais e coletivas, políticas e econômicas” (DOSSE, 2013, p. 281). O conceito de estratificação do tempo do alemão Reinhart Koselleck (2014) se faz presente, já que diferentes gerações, assim como os estratos temporais, confluem numa “repetibilidade singular” que muitas vezes pode acabar por gerar movimentos políticos de larga escala.

Na perspectiva do historiador Jean-François Sirinelli “é preciso defender, no final das contas, a geração concebida como uma escala móvel do tempo” (SIRINELLI, 1996, p. 135) já que a mesma existe no campo de estudos dos historiadores como objeto de história e também como instrumento de análise. Assim como os periódicos - que, segundo Tania de Luca (2005), enfrentaram uma resistência por parte dos historiadores em produzir uma historiografia *por meio* da imprensa - a noção de geração existe no campo de estudos dos historiadores como objeto de história e também como instrumento de análise.

Tal como a noção de juventude e de classe média, o conceito de geração é bastante amplo e indefinido. Segundo Feixa e Leccardi (2010), a noção de geração foi marcada por três momentos distintos: durante os anos 1920, no período entreguerras, nos anos 1960 com os movimentos de contestação juvenil e em meados dos anos 1990, com a emergência da internet, um momento em que os jovens detêm mais conhecimento tecnológico que os mais velhos, criando uma noção de “sobreposição geracional” (FEIXA; LECCARDI, 2010. p. 186). As gerações podem ser definidas por diversos aspectos, dentre os quais a idade ainda é o principal divisor. Como trabalhei com jovens pertencentes a duas décadas distintas, estive em contato com diversas gerações dependendo do aspecto de análise.

No que tange a temática principal do presente trabalho, a juventude, é uma categoria que não pode ser definida historicamente como um todo equivalente em todos os quadrantes da história. Não existe uma única definição válida para definir a juventude, pois a mesma é uma construção sociocultural que se adequa e se modifica de sociedade para sociedade (LEVI; SCHMITT, 1996).

O modelo de juventude representado nas revistas tem inspiração no conceito *teenager*, que emergiu num contexto estadunidense pós Segunda Guerra Mundial. O conceito se faz pertinente porque a partir dele, uma noção de juventude ocidental emergiu e vai ser difundida tornando-se um padrão a ser seguido. Assim como qualquer processo histórico de construção de categorias, a categoria *teenager* passou por uma formação gradual que permeou o século XIX e XX (SAVAGE, 2007). A juventude é construída ao longo do tempo e pode sofrer mudanças justamente por ser uma categoria adaptável e mutável.

A Segunda Guerra Mundial é um acontecimento simultaneamente marcante para a História do Tempo Presente e o conceito de *teenager*, sendo conseqüentemente, de suma importância para a historiografia da juventude. A História do Tempo Presente ascendeu como um campo teórico num momento em que o mundo se encontrava convulsionado pós Segunda Guerra Mundial e a necessidade da historiografia lidar com as tensões de uma temática tão complexa corroborou para sua emergência. As tensões são o mote desta vertente historiográfica justamente porque a mesma lida com uma história em movimento, ou seja, o próprio o presente.

A ideia de juventude categorizada como *teenager* surgiu no pós Segunda Guerra Mundial pois, segundo o historiador inglês Eric Hobsbawn (1996) no contexto pós guerra, um embate geracional surgiu; e foi a partir desse período que a juventude virou um grupo com consciência própria. Com a ascensão e o crescimento de uma cultura juvenil que surge de uma profunda mudança na relação entre as gerações.

Menções aos jovens de classe média brasileiros como *teenagers* são comuns nas reportagens selecionadas. Ao mesmo tempo em que “os teenagers podem ser bem desorientados em muitas coisas” os mesmos “sabem bem o que querem na hora de comprar [...] e gastam sem culpa, pesar ou remorso” (*IstoÉ*, nº 1287, 01 jun. 1994, p. 54). Ou seja, simultaneamente a uma representação em que são retratados como desorientados pelos jornalistas que produziram a matérias, os ditos *teenagers* são determinados na hora de consumir e “vivem o capitalismo em

sua plenitude” (*IstoÉ*, nº 1287, 01 jun. 1994, p. 54). A reportagem refere-se aos jovens brasileiros de classe média como *teenagers*, uma categoria que surgiu num contexto bastante diferente.

Para além das questões geracionais, compreender que as juventudes são plurais e tem características distintas é essencial. Mario Margulis e Marcelo Urresti (1996) refletem as juventudes a partir de questões interseccionais tais como gênero e classe e com isso trazem a tona o conceito de moratória para a categoria. O conceito está relacionado com o período da juventude justamente por ser uma época de maturação biológica dos jovens. A mesma se molda a partir dos conceitos de classe, uma vez que camadas mais privilegiadas não são obrigadas a se incorporarem ao mundo adulto - marcado pela inserção no mercado de trabalho e pela constituição de uma família - o mais cedo possível, como jovens em condições financeiras menos confortáveis.

Partindo do pressuposto de que existem juventudes, no plural, e não uma noção única de juventude, tenho como finalidade analisar as representações de jovens de classe média e habitantes dos grandes centros urbanos brasileiros que é o grupo construído como representativo da juventude brasileira pelas revistas analisadas. A partir da definição dos sujeitos de pesquisa a serem analisados, alguns questionamentos surgem: por que as revistas se referem com totalidade aos jovens brasileiros, faixa etária bastante heterogênea, quando falam de uma juventude específica? Como os jovens eram descritos pelas revistas nos anos 1980 e 1990? Além da representação dos jovens como conservadores e individualistas, quais as outras representações que eram difundidas? Quem eram as vozes autorizadas a falar sobre a juventude nas revistas? Esses são alguns dos questionamentos que pretendo responder ao longo da presente dissertação. Parto do pressuposto de que os periódicos são sempre intencionados (LUCA, 2005), e por isso tenho como intenção de trabalho investigar quais são os objetivos e as motivações dessas representações.

A partir dos questionamentos acima, a presente dissertação foi dividida em três capítulos. No primeiro, intitulado “A imprensa e a construção de um modelo homogêneo de juventude”, uma discussão teórica sobre imprensa e as revistas foi desenvolvida, assim como uma análise de como os jovens aparecem nas reportagens e os motivos que fizeram com que a imprensa os tomasse como foco nas reportagens. O segundo capítulo, “As permanências e rupturas das representações de jovens nos anos 1980 e 1990”, analisa o contexto dos anos 1980 e 1990 e os impactos de eventos voltados para a juventude no recorte. O terceiro e último capítulo, intitulado

“Representações imagéticas da juventude”, investiga como os jovens são representados a partir da análise de imagens presentes nas reportagens e nas capas, bem como as concepções e estereótipos propagados pelas mesmas.

Com esta pesquisa espero contribuir para a consolidação de uma historiografia da juventude que está em construção. Estudos sobre esta faixa etária são comuns em diversas áreas das ciências humanas (ABRAMO, 1997; GONÇALVES, 2005; FROTA, 2007; CALDAS, 2007; LECCARDI, 2005; MARGULIS e URRESTI, 1996; PAIS, 1990; FEIXA, 2010; GROPPPO, 2017). Dentre os autores e autoras citados são contempladas as áreas da psicologia, comunicação e sociologia - estudos diversas vezes interseccionados com a história e necessários quando uma historiografia da juventude é proposta.

Sempre levando em conta a complexidade de se trabalhar com uma faixa etária em constante mudança, a História do Tempo Presente foi essencial para estudar a juventude, uma vez que o campo teórico possibilita aos historiadores trabalharem com uma história em movimento (ROUSSO, 2016). Assim, finalizo um percurso de pesquisa iniciado em 2015, na iniciação científica. A presente dissertação, que aprofunda a análise que comecei a desenvolver em minha monografia, defendida em 2017, tem como temática algo que está muito em voga recentemente.

Lidar com um recorte recente é operar com uma história em movimento, a essência da História do Tempo Presente. Muitos dos jovens que tiveram suas fotografias e trechos de fala utilizados na construção de uma representação de juventude pelas revistas, estão vivos e hoje são adultos. Como passavam pela juventude, os jovens de outrora podem até mesmo pensar discordar de suas próprias afirmações dadas às revistas agora que são adultos, pois a juventude é período de experimentação e maturação (LEVI; SCHMITT, 1997).

O acesso a uma vida confortável trazia uma série de expectativas para a juventude de classe média, que teve a seu alcance boa educação, saúde, entretenimento e acesso a bens de consumo. Muitos dos jovens que apareceram nas revistas ocupam posições confortáveis e privilegiadas na sociedade atual; são funcionários públicos, médicos, empresários, políticos, etc. No presente, muitos desses jovens dos anos 1980 e 1990, também podem ser pais e provavelmente passam por embates geracionais com seus filhos. Os até então os jovens dos anos 1980 e 1990 são hoje os pais aflitos e seus filhos, os jovens da atualidade, lhes geram preocupações, expectativas e anseios. O tempo balizado pela referência geracional se faz presente novamente.

Em uma pesquisa rápida na rede social *Facebook*, mais de 50 páginas tem em seus títulos menção a juventude e ao conservadorismo, tendo também em comum a presença de palavras como direita, reacionário, cristão, evangélico, entre outras. No jornalismo atual, os ditos jovens conservadores também aparecem em várias reportagens⁵. Voltar as décadas de 1980 e 1990 e analisar representações de jovens foi uma tentativa de buscar compreender um fenômeno ainda em formação. Jovens, considerados conservadores, voltados a valores familiares já apareciam representados nas reportagens que utilizei como fonte, como no seguinte trecho: “o adolescente dos anos 60, rebelde, tem hoje como filhos adolescentes dos anos 90, acomodados aos valores da família” (*Veja*, nº 1154, 31 out. 1990, p. 68). No presente, com a popularização da internet, os “valores conservadores” aparecem cada vez mais difundidos em diversas plataformas digitais e redes sociais e juventudes parecem se identificar com tais princípios.

⁵ A partir de uma busca rápida, uma vez que o recorte da pesquisa são as décadas de 1980 e 1990, selecionei algumas reportagens que fazem uma relação entre jovens e conservadorismo para ilustrar como a temática está presente no jornalismo das décadas de 2000 e 2010.

Reportagem do jornal *O Estado de S. Paulo* intitulada “Por que os jovens podem virar conservadores”. Disponível em: <https://internacional.estadao.com.br/noticias/geral,por-que-jovens-podem-virar-conservadores-imp-,1527862>. Acesso em 15 de novembro de 2018.

Reportagem do jornal *Gazeta do Povo* intitulada “Jovens estão mais conservadores e preocupados com o futuro”. Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/vida-e-cidadania/jovens-estao-mais-conservadores-e-preocupados-com-o-futuro-diz-pesquisa-bs35a5da8lcx7v6xmavuy9phq/>. Acesso em 15 de novembro de 2018.

Reportagem da *Veja* intitulada “A juventude brasileira é de direita”, em que um perfil de jovem feito pela *Folha de S. Paulo* a partir de uma pesquisa feita pelo *Datafolha*, é analisado. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/blog/reinaldo/a-juventude-brasileira-e-de-direita/>. Acesso em 15 de novembro de 2018.

Reportagem da *Folha de S. Paulo* citada acima sobre pesquisa feita pelo *Datafolha* em que ‘O perfil da juventude brasileira’ é analisado. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/especial/inde27072008.htm>. Acesso em 15 de novembro de 2018.

Reportagem do jornal diário do centro do mundo intitulada “Revolucionários ao contrário: os jovens brasileiros conservadores”. Disponível em: <https://www.diariodocentrodomundo.com.br/revolucionarios-ao-contrario-os-jovens-brasileiros-conservadores/>. Acesso em 15 de novembro de 2018.

1 A IMPRENSA E A CONSTRUÇÃO DE UM MODELO HOMOGÊNEO DE JUVENTUDE

Segundo Tania de Luca (2005), em meados dos anos 1970 - momento de emergência da Nova História - no Brasil, havia a necessidade de produzir conhecimento historiográfico a partir da imprensa, mas ainda poucos trabalhos valiam-se da temática como fonte. Nas palavras da autora: “reconhecia-se, portanto, a importância de tais impressos e não era nova a preocupação de se escrever a História da imprensa, mas relutava-se em mobilizá-los para a escrita da História por meio da imprensa” (LUCA, 2005, p. 111). Ou seja, escrever uma história da imprensa utilizando da mesma como fonte foi algo que sofreu resistência por parte dos historiadores uma vez que periódicos eram fontes não consideradas neutras e fidedignas.

A partir de discussões da terceira geração dos Annales surge a ideia de “uma mudança antropológica, um retorno à política e um ressurgimento da narrativa” (BURKE, 1997, p. 93). A utilização dos impressos resulta justamente dessa renovação da própria disciplina que deu origem a uma “revolução documental” (LE GOFF, 2010, p.531) que resultou na emergência de novos objetos, problemas e abordagens.

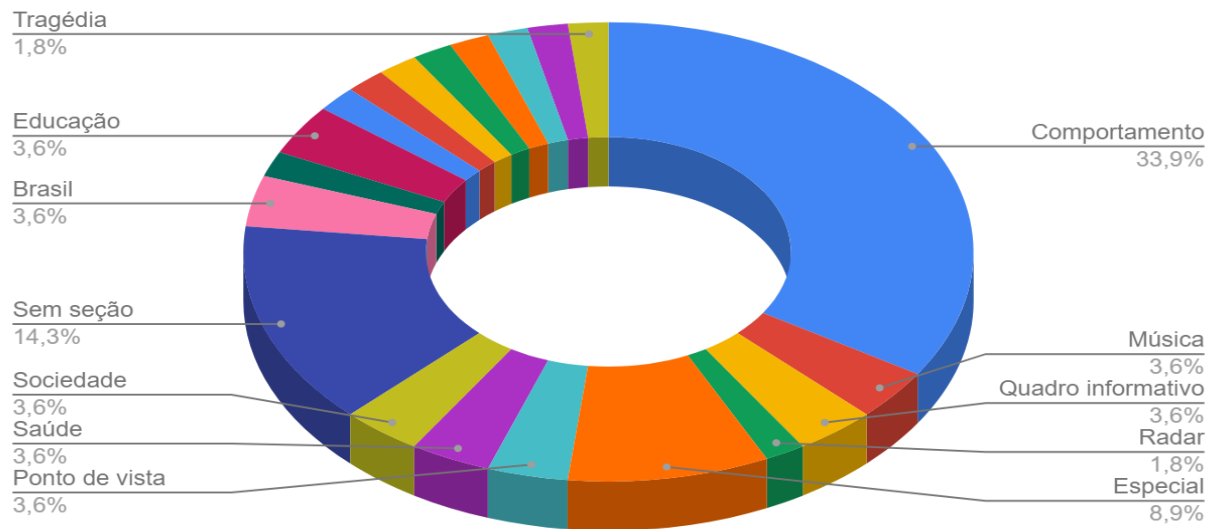
Quando se usa a imprensa como fonte, é imprescindível, ao analisar revistas, estar atento às motivações dos periódicos. Segundo Tania de Luca “o impresso revista merece ser analisado com vagar. O gênero aos poucos se individualizou em face de outras formas de impressos periódicos” (LUCA, 2005, p. 121); ou seja, as revistas são fontes bastante úteis à historiografia por conta de suas particularidades. Já segundo a historiadora Maria Helena Capelato, “nos vários tipos de periódicos [...] encontramos projetos políticos e visões de mundo representativos de vários setores da sociedade” (CAPELATO, 1988, p.34). Também é de suma importância tentar compreender as motivações desses periódicos frente ao seu público alvo, uma vez que na história da leitura “seria possível [...] mas não fácil [...] desenvolver uma história e também uma teoria da reação do leitor” (DARNTON, 1992, p. 203).

Como os jovens analisados na presente pesquisa são, segundo as fontes, majoritariamente pertencentes a classe média e habitantes de centros urbanos, juventudes que fogem a esse padrão são representadas de formas diferentes, ou até mesmo não aparecem nas publicações das duas revistas semanais. A mídia, segundo a jornalista Fernanda Coelho da Silva, faz uso de estereótipos quando faz referência a minorias no Brasil e com as juventudes isso não é diferente.

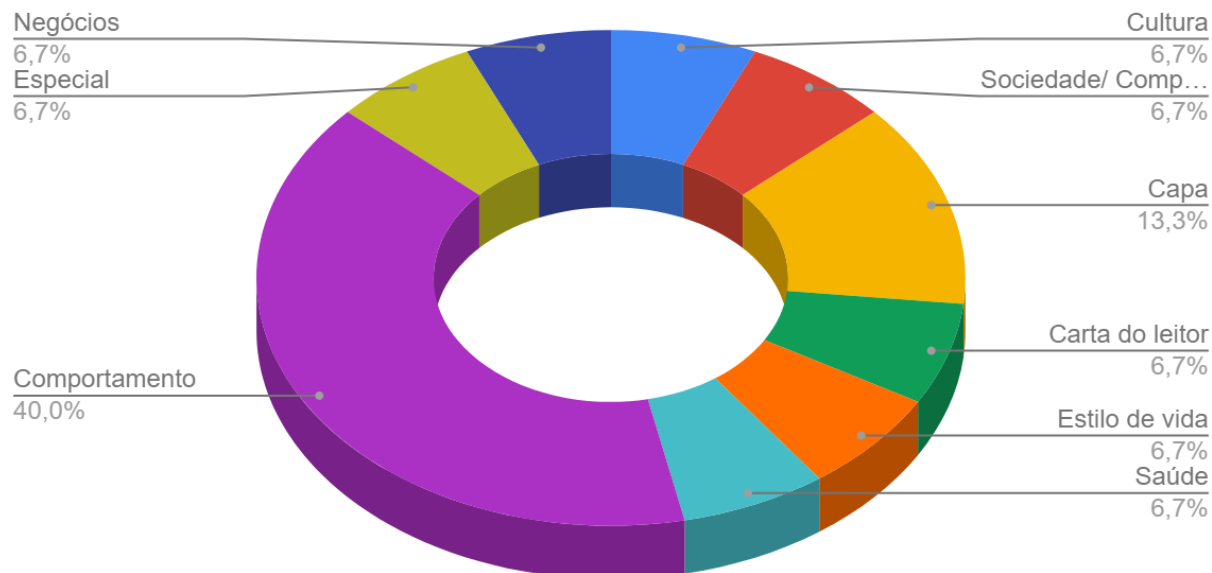
Ainda sobre o papel da mídia no que tange as juventudes, “tal situação é ainda agravada quando o jovem é negro e morador da periferia” (SILVA, 2008, p. 5). Isto é, as juventudes analisadas nas reportagens são privilegiadas tanto no que diz respeito às suas representações cotidianas quanto em relação às suas vantagens econômicas.

No que tange as reportagens, algumas análises são necessárias para a compreensão da escolha do recorte temporal e do objeto de pesquisa. As 71 reportagens de ambas as revistas estão distribuídas entre as mais diversas seções das revistas e, temporalmente falando, das 15 reportagens da *IstoÉ*, sete são da década de 1980 e oito são dos anos 1990. Já na revista *Veja*, 22 reportagens são dos anos 1980 e 34 são da década de 1990. A diferença entre a quantidade de reportagens das revistas deu-se por conta da ferramenta de busca digital da revista *Veja* que abrangia uma quantidade muito maior de artigo jornalísticos, algo que não aconteceu com a revista *IstoÉ* por conta de seu acervo físico.

Gráfico 1 - Reportagens da revista *Veja* distribuídas por seção



Fonte: elaborado pela autora, 2019.

Gráfico 2 - Reportagens da revista *IstoÉ* distribuídas por seção

Fonte: elaborado pela autora, 2019.

Os dois gráficos acima ilustram a distribuição das seções das reportagens que fazem parte do corpus documental da presente pesquisa. As seções das reportagens analisadas são bastante distintas e vão desde “negócios” até “tragédias”. É visível que a seção “comportamento” abriga a maior quantidade de artigos jornalísticos em ambas as revistas e tal constatação diz bastante a respeito do material analisado. Muitas das reportagens eram voltadas às ações dos jovens brasileiros, dando enfoque no comportamento juvenil, abrangendo assuntos que iam desde hábitos de consumo até comparações com gerações passadas.

As reportagens analisadas não tinham um único tema específico em seus conteúdos, tratam de assunto transversais num mesmo texto e numa única reportagem diversos assuntos podem ser contemplados. Dentre os eixos principais das reportagens, os seguintes temas ganham destaque: relações familiares, a AIDS, perfis da juventude brasileira a partir de pesquisas - principalmente de marketing, o uso de drogas pelos jovens e eventos específicos envolvendo os jovens, como o Rock in Rio ou as manifestações dos Caras-pintadas.

Algumas reportagens da *Veja* não tinha a juventude como foco principal mas foram selecionadas por falarem de temas da faixa etária de maneira secundária ou transversal. Na revista *IstoÉ* essa situação descrita anteriormente não ocorreu, pois todos os 16 artigos tratam diretamente da faixa etária. Já na revista *Veja* 10 reportagens não tinham a juventude como foco central mas dissertavam acerca do tema secundariamente.

Para além da divisão das reportagens por seção, foi possível também separá-las por temáticas a partir da leitura individual de cada uma. Como já dito anteriormente, muitas das reportagens tratam de múltiplos dos eixos citados acima em seus conteúdos, mas uma divisão por temas para além das demarcações por seção trouxe informações essenciais tanto para a construção da pesquisa quanto para a escolha das fontes e do recorte temporal.

Quadro 1 - Reportagens da década de 1980 separadas por temas

	Sexualidade	AIDS	Família	Hábitos	Drogas	Perfil da juventude
<i>Veja</i>	0	5	2	5	5	5
<i>IstoÉ</i>	2	1	0	4	0	0

Fonte: Elaborado pela autora, 2019.

Quadro 2 - Reportagens da década de 1990 separadas por temas

	Sexualidade	AIDS	Família	Hábitos	Drogas	Perfil da juventude
<i>Veja</i>	2	1	4	16	7	4
<i>IstoÉ</i>	1	0	1	4	0	2

Fonte: Elaborado pela autora, 2019.

Dentro do item “hábitos”⁶ das tabelas estão incluídos os mais diversos nichos de reportagem envolvendo os jovens, também divididos em subcategorias: música, ponto de vista, consumo, política, cidade, voto aos 16 anos e trabalho. As revistas, apesar de uma série de semelhanças no que tange o presente objeto de pesquisa, tinham suas diferenças editoriais. A revista *Veja* tinha reportagens com temas que não foram encontrados em nenhum artigo jornalístico da revista *IstoÉ*, como por exemplo o voto facultativo aos 16 anos. A tabela abaixo explicita tais diferenças editoriais no que tange a categoria “hábitos”.

Quadro 3 - Reportagens da categoria “hábitos”

	Música	Ponto de vista	Consumo	Política	Cidade	Voto aos 16 anos	Trabalho
<i>Veja</i>	4	3	3	1	2	4	1
<i>IstoÉ</i>	1	1	2	1	0	0	0

Fonte: Elaborado pela autora, 2019.

É interessante perceber a partir da divisão das reportagens dispostas em tabelas como cada revista tomava seu próprio caminho editorial ao tratar de temáticas relacionadas à faixa etária jovem. Enquanto *Veja*, a maior revista semanal do país, tinha reportagens voltadas a temas que não apareceram na revista *IstoÉ*, como o voto facultativo aos 16 anos, jovens de classe média no mercado de trabalho e reportagens voltadas à cidade - cidades essas que eram São Paulo e Rio de Janeiro - *IstoÉ*, com um acervo de reportagens selecionadas muito menor, falava muito menos do uso drogas pelos jovens, de relações familiares e da AIDS. No entanto, *IstoÉ* tinha mais reportagens voltadas à sexualidade juvenil como um todo, para além de uma única doença sexualmente transmissível tratada na *Veja*, que se focava apenas na AIDS.

Um outro fato que chama a atenção são as palavras usadas pelas revistas para se referenciar aos jovens. Dentro das categorias em que as reportagens foram divididas (sexualidade, AIDS, família, hábitos, drogas, perfil de juventude), menção aos integrantes da faixa etária como jovens e adolescentes são os termos comuns a todos os temas. Separando os

⁶ O uso da palavra “hábitos” foi uma escolha pensada para aglutinar matérias com temas bastante distintos dentro de uma única grande categoria em comum.

adjetivos e substantivos usados pelas reportagens a partir de um quadro, foi possível perceber que dentro de cada temática, os termos sofriam mudanças bastante representativas.

Quadro 4 - Termos mais comuns utilizados pelas revistas em referência aos jovens

	Sexualidade	AIDS	Família	Hábitos	Drogas	Perfil da juventude
Termos usados	Românticos Esclarecidos Preocupados Informados Conservadores Fiéis Monogâmicos Namorados Estudantes Universitários Envergonhados Curiosos	Aidéticos Contaminados Envergonhados Homossexuais Bissexuais	Filhos Filhas Menino Menina Garotos Garotas Mocinhos Mocinhas	Músicos Roqueiros Metaleiros Eleitores Desconfiados Entusiasmados Imaturos Simpáticos Conservadores Progressistas Surfistas Comportados Ambiciosos Teenagers Estudantes Universitários	Drogados Viciados Usuários Estudantes	Consumidores Teenagers Rebelde Contestador Desafiador Integrado Conservador Moderno Independente Reflexivos Comportados Punk Estudantes Universitários Playboys Descolados

Fonte: Elaborado pela autora, 2019.

A partir das informações do quadro, os usos de adjetivos e substantivos que remetiam aos jovens analisados nas reportagens são uma importante fonte de pesquisa. Cada reportagem dentro das categorias criadas anteriormente referia-se aos jovens de forma particular, perpetuando a criação de uma noção de juventude por parte dos periódicos.

Uma vez que “o jornalismo, como a história, conta histórias” (BARBOSA; RIBEIRO, 2005, p. 53), o historiador sempre precisa levar em conta que quando utiliza impressos jornalísticos como fonte, está tendo acesso a um ponto de vista limitado acerca de um acontecimento. Ou seja, quando cada revista tem um ponto de vista sobre determinado acontecimento, como no caso da AIDS, é importante levar em conta que antes de narrarem as notícias, ambas as revistas seguem linhas editoriais. Partindo desse pressuposto, não existem

fatos elementares e, desta forma, “é impossível descrever uma totalidade, e toda descrição é necessariamente seletiva” (FONSECA; VARGAS, 2016, p. 22).

Outro fato que diferencia as duas revistas é a assinatura nos artigos jornalísticos selecionados. A revista *Veja*, em seus 56 artigos selecionados, tem apenas 10 das reportagens assinadas, já *IstoÉ* tem 10 de suas 15 reportagens com assinatura. Enquanto a revista carro-chefe da editora Abril tinha apenas 17,85% de seus artigos selecionados com autoria explícita, *IstoÉ* tinha praticamente todas as suas reportagens, 73,3%, que tratavam de juventude assinadas.

Uma análise mais aprofundada acerca das diferenças e semelhanças entre os artigos das duas revistas nos permite ter uma visão mais ampla do modelo editorial de cada uma. Cada revista em cada década tinha temas mais ou menos recorrentes e dava mais atenção a temas específicos pois cada período tinha suas especificidades. A seção “comportamento”, que abrangia reportagens com temas bastante diversos, traz a tona o uso de um recurso jornalístico bastante utilizado nos artigos jornalísticos selecionados: as matérias temáticas.

Para termos acesso à informação e a um passado por meio da imprensa, os fatos precisam ser narrados. Segundo Barbosa e Ribeiro, as mídias tem como função “relatar um acontecimento ou transformar um evento em acontecimento, a partir de sua publicização” (BARBOSA; RIBEIRO, 2005, p. 54) uma vez que os fatos não existem isoladamente. No que tange aos acontecimentos, tais possuem papel de destaque, pois são os objetos da cobertura jornalística diária, sendo importante também destacar o tema na narrativa jornalística (SCHWAAB; TAVARES, 2009, p. 180). Ainda, segundo Schwaab e Tavares,

o acontecimento coincide com a necessidade de o jornalismo em “testemunhar” a realidade e relatar sobre a mesma. No entanto, se pensamos o jornalismo que foge do incomum e que alicerça sua produção em outras bases, aparece outro referente: o tema. Este figura em pautas jornalísticas das mais diversas como, frequentemente, algo que pode preencher o espaço da notícia que não houve, ou como componente de valor na trama da cobertura periódica dos meios de comunicação (SCHWAAB; TAVARES, 2009, p. 181).

No mercado editorial das revistas jornalísticas brasileiras, mesmo nas revistas semanais, a presença temática é bastante relevante (SCHWAAB; TAVARES, 2009), premissa presente nos artigos jornalísticos selecionados como fonte para o desenvolvimento dessa pesquisa. Numericamente falando, apenas reportagens que tratam de eventos isolados envolvendo jovens, como o voto aos 16 anos ou o Rock in Rio, noticiam acontecimentos, de resto, as matérias selecionadas tratam de temas gerais e mais amplos sobre jovens, como música e consumo.

Para além do recorte que abrange as décadas de 1980 e 1990, as pesquisas feitas por Augusti (2005) e Vaz e França (2009) corroboram com a noção de que as reportagens temáticas eram bastante representativas em revistas, tomando como exemplo a *Veja*. Augusti (2005) estuda o período compreendido entre setembro de 2003 a setembro de 2004, chegando a conclusão de que num total de 52 semanas, a revista *Veja* trouxe 22 capas voltadas para a questão do comportamento. Já Vaz e França (2009) expuseram que de 51 edições de *Veja* no ano de 2001, apenas 10 trouxeram matérias de capa referentes a “acontecimentos legítimos”, sendo as outras 41 referentes a matérias voltadas para questões temáticas – chamadas pelos autores de “acontecimentos legitimados” (VAZ; FRANÇA, 2009).

Segundo Marília Scalzo, em seus estudos sobre jornalismo de revistas, as mesmas têm finalidades “mais complexas que a simples transmissão de notícias. [as revistas] Entretêm, trazem análise, reflexão, concentração e experiência de leitura” (SCALZO, 2004, p. 13). Em revistas especializadas a premissa de entreter o leitor dando enfoque a reportagens temáticas é muito comum. Maria Celeste Mira (1997), em sua pesquisa acerca da editora Abril, uma das maiores do país, constatou que revistas surgiam e mantinham altas tiragens em vista de uma só temática e outras que, partindo de um nicho editorial (classe social, faixa etária ou gênero) elencavam uma série de temas respeitando algumas lógicas da segmentação cultural da qual faziam parte.

Nas revistas que partem de um perfil editorial atrelado a um público mais específico (jovens, mulheres, adolescentes, minorias étnicas, etc.), os temas encontram-se diversificados naquilo que se considera de interesse dessa audiência leitora, cabendo à produção jornalística responder a certas demandas. Já as revistas que, em vez de certo nicho configurado pelo público, tomam por referência um grande tema, é escolhido um assunto amplo que consiga reunir vários outros subtemas e, a partir dele, um perfil editorial é construído. Tais revistas, por isso, são normalmente pensadas a partir de certos parâmetros que não deixam de acompanhar um público, mas, mais que isso, estão sujeitas às estruturas que formam uma certa temática na sociedade (SCHWAAB; TAVARES, 2009).

As revistas, ao darem enfoque ao jornalismo temático em suas publicações, tornam o tema peça-chave no processo de compreensão das motivações dos periódicos. Segundo Schwaab e Tavares, “no jornalismo de revista, o tema pode ser visto como um elemento que opera sentidos, ou seja, que atua sobre o seu fazer e sobre sua materialidade. Mais que dizer sobre o mundo, participa no como se diz, incidindo sobre práticas, conteúdos e formas” (2009, p. 182). Isto é, os

temas das reportagens podem ter como objetivo, dependendo do corpo editorial de cada revista, influenciar diretamente práticas cotidianas de seus leitores.

O tema nas reportagens, com viés de conteúdo, pode assumir outras conotações: “de algo a ser dito, passa a eixo operador” (SCHWAAB; TAVARES, 2009, p. 186) e ao mesmo tempo que são vistos como um assunto, estão “inseridos numa lógica que diz da circulação dos produtos midiáticos” (SCHWAAB; TAVARES, 2009, p. 183). As temáticas jornalísticas nas revistas acabam por ter caráter normativo e “dizem sobre o que o público deve pensar” (SCHWAAB; TAVARES, 2009, p. 183). Segundo Jorge Pedro Sousa (2002), uma Teoria da Tematização teria como objetivo refletir sobre uma nova ideia de opinião pública e de público, observando que essa última é resultado não de consensos no interior da sociedade, mas de uma seleção orientada de temas que busquem atender ou solucionar os diversos interesses de diversos grupos sociais.

A partir dos temas geradores, pode-se pensar “a capacidade temática de falar sobre certos assuntos da e na sociedade” (SCHWAAB; TAVARES, 2009, p. 186), conferindo a eles não apenas um lado conteudístico, mas, também, dinamizador de certas operações e significados, que permita observar a realidade de outras formas e participar dela simultaneamente. A relevância pública de um tema convertido em matéria jornalística, assume o efeito de indispensável ao cotidiano do leitor, uma vez que este mesmo tema advém das próprias demandas contemporâneas e da vida social.

Lustosa (1996) destaca que as revistas não trabalham com base em dados acidentais, mas ligadas a uma cadeia de outros acontecimentos inerentes ao fato ou tema em questão. Com a investigação e o estabelecimento de relações de um acontecimento com outros, a revista constrói um texto redondo, “expressão usada nas redações para indicar uma matéria em que não falta nada para o leitor entender tudo o que existe em torno do assunto” (LUSTOSA, 1996, p.105).

Acontecimentos singulares são, em essência, matéria principal das revistas informativas semanais, ao mesmo tempo que o tema provoca no jornalismo de revista ações que o colocam, mais que um conteúdo a ser buscado, como algo que faz parte do jornalismo que é feito pelas revistas. Cabe ao jornalismo de revista observar e mapear temas espalhados na sociedade, buscando dar conta de suas tramas (SCHWAAB; TAVARES, 2009).

Desse modo, quando são analisadas as representações de jovens de classe média, torna-se evidente a premissa de que os personagens das reportagens fazem parte da camada privilegiada da sociedade brasileira que poderiam despertar interesse nos leitores das revistas. *Veja e IstoÉ*

representavam a juventude de tal forma que a faixa etária não parecia plural, e sim apenas uma extensão de uma juventude específica, representada pelos jovens de classe média.

1.1 AS REVISTAS *VEJA* E *ISTOÉ*

Uma análise da criação e consolidação das revistas semanais selecionadas como fontes se faz pertinente, pois para se fazer uma análise de reportagens jornalísticas, entender as motivações do corpo editorial das mesmas é essencial. Partindo do pressuposto que os periódicos são uma espécie de enciclopédias do cotidiano (LUCA, 2005), as décadas de 1980 e 1990 tinham partes selecionadas de seu cotidiano retratadas a partir do filtro da imprensa; ou seja, alguns fatos, no que tange a juventude, viravam ou não pautas das revistas.

Trabalhos acadêmicos que têm como fonte as edições da revista *Veja*⁷ são abundantes, algo que não acontece na mesma intensidade com a revista *IstoÉ*. A revista *Veja*, por ter todo seu acervo disponível online e gratuito -torna-se um atrativo material de pesquisa e levantamentos acerca da construção e trajetória da revista são muito mais comuns, o que não acontece com *IstoÉ*.

A criação da revista *Veja*, em 1968, ano de decreto do Ato Institucional nº 5 no âmbito nacional, foi um marco no jornalismo brasileiro. A ideia da revista partiu do Roberto Civita, que inspirado por sua formação jornalística e administrativa norte-americana, queria trazer o modelo da revista *Time* para o Brasil. Victor Civita, fundador da Editora Abril e seu pai, achou “cedo demais, para uma editora que publicava somente histórias em quadrinhos e fotonovelas, voar tão alto” (MIRA, 1997, p. 115).

Após a consolidação da Abril no ramo jornalístico brasileiro com as revistas *Realidade*, *Claudia* e *Quatro Rodas*⁸, a revista *Veja*, “o projeto mais ambicioso de toda a história da Abril”

⁷ A partir de uma busca no catálogo de teses e dissertações da CAPES, muitos trabalhos acadêmicos que tem a revista *Veja* e *IstoÉ* como fonte foram encontrados. É importante destacar que no caso da revista *IstoÉ*, grande parte dos trabalhos também são voltadas a outras publicações além da revista, enquanto que com *Veja*, muitas das pesquisas são especialmente voltadas a revista. Disponível em: <https://catalogodeteses.capes.gov.br/catalogo-teses/#/>. Acesso em 23 de novembro de 2018.

⁸ Essas três revistas são marcos para a Editora Abril por serem os primeiros sucessos editoriais para além das até então monopolizadoras do mercado consumidor, as revistas ilustradas. *Realidade* foi uma revista brasileira lançada em 1966. Circulou até janeiro de 1976 e apresentava características inovadoras para a época, como reportagens escritas em primeira pessoa e publicações com abordagens profundas, sem o tom imediatista e urgente que marca o jornalismo. *Claudia* é uma revista destinada ao público feminino que está em circulação desde outubro de 1961. O primeiro número, com tiragem de 150 mil exemplares, inovou em relação a outras revistas femininas do Brasil por trazer uma proposta feminista; a partir da década de 1980, entretanto, a revista abandonou essa linha editorial e passa

(MIRA, 1997, p. 118), começou a ser desenvolvida. Roberto Civita⁹, já com experiência após ser diretor da revista *Realidade*, continuou apostando no formato de uma revista mais voltada a reportagens consideradas longas na época e com poucas imagens, diferente das revistas de maior circulação do período. Demorou oito anos para o periódico deslanchar. A partir de 1973 a circulação começou a crescer exponencialmente devido, principalmente às sucessivas campanhas de assinaturas, mas também por conta de mudanças editoriais e gráficas. Em 1981 a revista ultrapassou os 500 mil exemplares de tiragem e, em 1984, já era o maior faturamento da editora. Segundo Mira,

Veja tem sido, ao longo dos anos, a porta-voz da linha econômica e política da editora abril, a única revista diretamente ligada ao seu atual presidente, Roberto Civita. Por isto, seu papel ideológico nestes campos é crucial. Através de suas matérias, procura-se “mudar a cabeça das pessoas”, como disse Roberto Civita (MIRA, 1997, p. 122).

Ou seja, a revista *Veja*, bastante conhecida por seus viés político, tornou-se uma publicação de amplitude nacional justamente por conta de sua assumida atuação no campo político; “logo após a cobertura da sucessão política de Costa e Silva, em 1969, a revista começou a ganhar prestígio, tornando-se, paulatinamente, uma mídia impressa tão obrigatória quanto a Rede Globo na televisão” (MIRA, 1997, p. 123).

Em 1975, o até então redator-chefe da revista, Mino Carta, é demitido; segundo relatos de jornalistas colaboradores da época, “*Veja* mudou muito depois disso” (MIRA, 1997, p. 123). Mira afirma que muitos jornalistas criticavam o jornalismo da revista *Veja* por ele ser feito aos moldes do norte-americano, sem uma essência brasileira. Após a saída da editoria da *Veja*, Mino Carta funda outra revista, *IstoÉ*, em 1976. Em trecho de uma entrevista de Mino Carta, publicada no *Diário Comércio e Indústria*, intitulada “Saímos para vencer. A briga é como a de Davi e Golias” (22 nov. 1977), trazia críticas ao modelo jornalístico da *Veja*, revista da qual participou da construção. Segundo ele:

IstoÉ é uma revista de repórteres...essencialmente brasileira em seu modelo, informativa, mas personalizada... *IstoÉ* suscita debates. Não se exige que as opiniões sejam convergentes. Por isto, é frequente o leitor encontrar determinado enfoque numa página

a se concentrar em temas que diziam respeito ao cotidiano feminino sem uma perspectiva feminista, voltada a vida em família, moda, cozinha e etc. *Quatro Rodas* é uma revista de periodicidade mensal lançada em 1960. A publicação aborda temas relacionados a automóveis e derivados da indústria automotiva (MIRA, 1997).

⁹ Presidente da editora na época da publicação da tese de doutorado de Mira, em 1997. Em julho de 2018 a família Civita deixou a presidência do Grupo Abril por conta da crise instaurada na editora, que agora tem como diretor Marcos Haaland. Informações disponíveis em: <https://economia.estadao.com.br/noticias/geral,familia-civita-deixa-o-comando-do-grupo-abril,70002408113>. Acesso em 13 de novembro de 2018.

e outro, bem diverso, nas páginas subsequentes. O que não ocorre com a revista *Veja*, de modelo americano e texto ‘pasteurizado’, que desperta o estilo e as opiniões dos repórteres que a fazem (MIRA, 1997, p. 141).

A necessidade de um discurso combativo em relação a *Veja* por parte de Mino Carta se devia ao monopólio de mercado da revista, uma vez que *IstoÉ* contava com dez redatores e uma tiragem de 75 mil exemplares, contra os 300 redatores e 240 mil exemplares da *Veja* (MIRA, 1997). Mesmo tendo, inicialmente, uma proposta de se opor ao jornalismo da revista *Veja*, *IstoÉ* acabou por seguir o modelo norte-americano tão criticado após ser comprada por uma editora maior, que queria atingir um público mais amplo; segundo Mira, “em 1980, três anos após sua fundação, *IstoÉ* partiu em busca de públicos maiores com seus quase 80 mil de tiragem da época e abandonou seu projeto original” (MIRA, 1997, p. 142).

IstoÉ é uma revista de circulação nacional editada em São Paulo, inicialmente pela Encontro Editorial, desde 1976. Publicada com periodicidade mensal nos seus dez primeiros números, em março de 1977, *IstoÉ* passou a circular semanalmente. Desde o seu lançamento, apresentou-se como uma revista de variedades, ocupando-se de política, economia, ciência, comportamento, artes, esportes e outros assuntos. Em uma reportagem digital de comemoração aos 40 anos da revista, publicada em 2016 no site da *IstoÉ*, a revista é descrita como a primeira do país a dar espaço para assuntos de interesse geral. Segundo Tão Gomes Pinto, que dirigiu a revista entre 1993 e 1996, “ampliamos as áreas de comportamento e cultura e logo fomos imitados pelos concorrentes”¹⁰.

No momento em que *IstoÉ* foi lançada, o governo Geisel dava prosseguimento ao seu projeto de redemocratização do país que, segundo palavras do próprio presidente, deveria se realizar por meio de uma distensão lenta, gradual e segura¹¹. Nesse contexto, *IstoÉ* procurou ocupar os espaços disponíveis para a crítica política. Na apresentação que Mino Carta fez da revista, em seu primeiro número, afirmou que em suas páginas “cada um escreve com franqueza e com as suas próprias palavras, sendo que uma harmoniosa desunião serviria como prova, entre outras, de amor pela tolerância, pelo diálogo, pela democracia” (*IstoÉ*, nº 1, mai. 1976). Durante a fase em que circulou mensalmente, *IstoÉ* priorizou a publicação de grandes reportagens e

¹⁰ Informações retiradas do site da revista *IstoÉ*, da reportagem intitulada “*IstoÉ*: a trajetória do melhor jornalismo” (25/11/2016). Disponível em: <https://istoe.com.br/trajetoria-do-melhor-jornalismo/>. Acesso em 14 de novembro de 2018.

¹¹ O processo de reabertura política teve seu início projetado no governo Geisel, quinto e penúltimo presidente da ditadura civil-militar. Nesse projeto, O Governo Geisel foi apresentado como o iniciador da abertura política da ditadura, mas que foi feita de forma que assegurasse as bases autoritárias do Estado.

matérias de análise. Após essa primeira fase com edições mensais, a revista tornou-se de circulação semanal e, como afirmado anteriormente, passou a imitar o estilo jornalístico da revista *Veja*.

Descrições da história e definições dos objetivos das revistas foram procurados nos endereços digitais das publicações e não foram encontrados, pois os sites das duas revistas voltam-se apenas para a circulação de notícias no formato online. A única informação mais técnica sobre os periódicos encontrada foi a descrição do atual corpo editorial de ambas.

No site intitulado Publiabril, endereço digital de divulgação das marcas da editora para o mercado publicitário, *Veja* é descrita como uma revista que tem “a missão de informar, esclarecer e entreter o leitor, elevando seu nível de compreensão dos fatos, das tendências relevantes para a sua vida pessoal, profissional e sua visão de mundo”¹². O periódico assume a função de ser um catalisador para a compreensão de tendências que seriam relevantes para a vida pessoal e profissional de seus leitores, não deixando de lado contribuições para a visão de mundo de seus consumidores. Ou seja, a revista vai além do papel de informar, uma vez que “a função do jornalista nas sociedades democráticas se assemelharia em alguns pontos com a do educador, responsável por impor uma certa claridade ao caos dos acontecimentos” (PEREIRA, 2004, p. 6). Já *IstoÉ*, no site da Editora Três, responsável por sua publicação, é descrita como uma revista que “pratica um jornalismo crítico, plural, democrático e compromissado apenas com o Leitor”¹³.

As duas revistas tem material disponível para download intitulado *midiaKit*, no qual, anualmente, informações mais densas sobre as duas publicações são expostas com intenções de venda de anúncios publicitários voltados não só para as revistas impressas, mas também as mídias digitais, visto que *Veja* e *IstoÉ* tem engajamentos significativos nas redes sociais. *IstoÉ*, no documento de 19 páginas, tem seu público descrito como 53% feminino e 47% masculino e 74% dos leitores pertencem a classe AB (19% A / 55% B); a parcela jovem - entre 20 e 24 anos - que atualmente lê a revista representa 24% dos leitores. A tiragem da revista, segundo o *midiaKit*, é de 253.893 exemplares semanais, com circulação de 221.081 exemplares semanalmente¹⁴.

Já o *midiaKit* da revista *Veja*, composto por 21 páginas, têm seu aniversário de 50 anos destacados, uma vez que a primeira edição da revista foi publicada em 1968 e é exaltada

¹² Disponível em <http://publiabril.abril.com.br/marcas/veja>. Acesso em 15 de novembro de 2018.

¹³ Disponível em <http://www.editora3.com.br/istoe.php>. Acesso em 15 de novembro de 2018.

¹⁴ Informações retiradas do *midiaKit* de 2018 da revista *IstoÉ*. Disponível em: http://www.editora3.com.br/downloads/2018/midiaKit_istoe.pdf Acesso em 20 de julho de 2019.

como “a maior revista do Brasil e a segunda maior revista semanal de informação do mundo”. Tem circulação total semanal de 1,1 milhões de exemplares, 723 mil assinaturas e vendagem de 40 mil revistas avulsas, dados que, segundo a publicação, são verificados pelo Instituto Verificador de Comunicação (IVC). 49% dos seus leitores são mulheres e 51% são homens e 55% pertencem a classe AB. Os jovens somam 26,8% dos leitores atualmente¹⁵.

Mesmo a presente pesquisa tendo como recorte as décadas de 1980 e 1990, interpretar dados atuais sobre os dados editoriais e acerca dos leitores das duas publicações é bastante interessante. A revista *Veja*, maior revista de circulação semanal do Brasil, tem muito mais informações em seu site, diferente da revista *IstoÉ*, terceira colocada no ranking, que tem suas informações mais detalhadas apenas no seu *mediakit*. No site da Publiabril, a revista *Veja* tem uma análise sobre seus leitores que têm como fonte a “Pesquisa de Relacionamento com a Marca 2014”¹⁶. Segundo as informações, 11,9 anos é a média de tempo de relacionamento com a marca e 28% dos leitores têm mais de 15 anos de relacionamento com a revista. Ou seja, se a pesquisa for levada em conta, uma parcela dos leitores que mantém contato com a revista há mais de 15 anos podem ser os mesmos consumidores que a revista tinha nos anos 1990 ou até mesmo 1980, as décadas do recorte estudado.

A região sudeste concentra o mais alto índice de circulação da revista, 283.550 exemplares de circulação líquida, 257.385 assinaturas e 26.165 revistas avulsas vendidas. As representações de jovens analisadas, no recorte que abrange as décadas de 1980 e 1990, se referiam a juventude como um grupo habitante dos centros urbanos brasileiros. O maior grupo consumidor das revistas atualmente ainda é formado por consumidores dessa região, algo que é comprovado nos dados de circulação da revista disponibilizados em seu site¹⁷. As juventudes cariocas e paulistas monopolizam as representações acerca desta faixa etária, e a revista, aproveitando seus altos índices de circulação nos dois maiores centros urbanos do país, tinha edições voltadas para cada cidade, intituladas *Veja São Paulo* e *Veja Rio*.

¹⁵Informações retiradas do *mediakit* de 2018 da revista *Veja*. Disponível em: http://publiabril.abril.com.br/midia_kits?brand=Veja Acesso em 20 de julho de 2019.

¹⁶Informações retiradas do site: http://publiabril.abril.com.br/marcas/veja/plataformas/revista-imprensa/pagina_customizada/sobre-os-leitores. Acesso em 16 de novembro de 2018.

¹⁷Disponível em: <http://publiabril.abril.com.br/marcas/veja/plataformas/revista-imprensa>. Acesso em 23 de novembro de 2018.

Segundo dados do IVC¹⁸, a revista *Veja* tem seus dados de circulação computados desde 1975, dados estes que até o segundo semestre de 1991 eram disponibilizados trimestralmente. A partir do ano citado até dezembro de 1995, dados mensais eram disponibilizados pelo Instituto Verificador de Comunicação, sendo que em outubro de 1995 a revista atingiu seu maior número de exemplares em circulação segundo o Instituto, com 1.223.866 de revistas. A revista *IstoÉ* tem seus dados de circulação disponíveis de 1982 a 1987, trimestralmente, e depois de 1992 a 1995, mensalmente. O auge de exemplares em circulação da revista *IstoÉ* foi em outubro de 1995, com 520.683 revistas.

Coincidentemente ambas as revistas tiveram seu maior número de tiragem exemplares no mesmo mês e ano, em outubro de 1995, recorte que está incluído na presente pesquisa. Como os anos 1990 concentraram o maior número de reportagens dentre as fontes selecionadas, talvez a juventude analisada tenha ajudado a impulsionar o número de vendas das revistas semanais.

1.2 “OS FILHOS PREOCUPAM, E OS PAIS BUSCAM AUXÍLIO”: AS INQUIETAÇÕES DOS PAIS E RESPONSÁVEIS COM OS JOVENS

Compreender os anseios dos pais e responsáveis em relação a juventude se faz essencial para entender as representações sobre os indivíduos desta faixa etária nas revistas, uma vez que as reportagens eram voltadas aos pais desses jovens, público alvo majoritário das revistas. O título do presente subtema é um trecho retirado da reportagem “A arte de criar filhos” (*Veja*, nº 1229, 13 jul 1988), uma reportagem especial que foi capa da revista *Veja*, com conselhos de um psicanalista sobre como criar os filhos. O trecho escolhido para o título vem da seguinte frase: “filhos, como criá-los e prepará-los para a vida? Os filhos preocupam, e os pais buscam auxílio de livros, psicólogos, especialistas” (*Veja*, nº 1229, 13 jul 1988, p. 68).

Diversas reportagens se voltam aos pais e responsáveis por jovens, com usos de palavras e expressões, procurando estabelecer um canal de comunicação direto para ajudar os adultos a compreender e lidar com a juventude. A palavra-chave usada para tal levantamento foi “preocupação” (a partir da leitura das reportagens, no caso da revista *IstoÉ*, e da busca digital pelo termo na revista *Veja*).

¹⁸ O Instituto Verificador de Comunicação (IVC) disponibilizou os dados de circulação das revistas mediante contato por e-mail.

A noção de família sofreu uma série de mudanças impactantes relacionadas com diversos fatores. No Brasil, “as mulheres tinham um espaço de realização muito restrito, definidos pelos papéis que “a natureza” lhes havia determinado” (SCOTT, 2012, p. 21) e as mudanças comportamentais, trabalhistas e médicas que trouxeram mais liberdade às mulheres impactaram diretamente na percepção de família. Segundo Ana Scott, tais transformações impactaram principalmente “nas áreas urbanas [...] especialmente no que diz respeito às classes médias” (SCOTT, 2012, p. 21).

A partir da análise e catalogação das fontes, as preocupações dos pais e responsáveis em relação aos jovens giravam em torno de temáticas divididas em quatro tópicos: sexualidade, AIDS, drogas e família. Na tabela abaixo a divisão das reportagens selecionadas e sua distribuição entre as revistas é exposta.

Quadro 5 - Reportagens com temas que preocupavam os pais e responsáveis

	Sexualidade	AIDS	Família	Drogas
<i>Veja</i>	2	6	6	12
<i>IstoÉ</i>	3	1	1	0

Fonte: Elaborada pela autora, 2019.

Apesar de serem voltadas para assuntos diferentes, algumas das reportagens traziam a condensação de várias preocupações dos pais com os jovens no mesmo artigo, como por exemplo no seguinte trecho: “a preocupação com a AIDS é nítida. A violência nas cidades também preocupa. A pobreza na esquina é outro motivo de consternação. Mas esse é o Brasil, e eles sabem disso” (*Veja*, nº 1352, 10 ago. 1994, p. 71). O trecho seguinte reúne de maneira concisa um exemplo das intersecções entre as preocupações dos responsáveis em relação aos jovens brasileiros: “há mais liberdade, independência, mas isso tem um preço. Eles têm um acesso crescente a carros velozes e portanto, mais perigosos, a drogas pesadas que causam maior dependência, ao sexo fácil, que traz embutido o risco de doenças venéreas e Aids” (*Veja*, nº 1154, 13 out. 1990, p. 72).

É interessante perceber como alguns temas se sobressaem em determinada revista e em outra não. Enquanto *Veja* teve 12 reportagens com tema central voltadas para os problemas dos

jovens com drogas, *IstoÉ* não teve nenhuma¹⁹. Reportagens voltadas à sexualidade juvenil para além da AIDS eram três na revista *IstoÉ*, enquanto na *Veja* foram duas, já a AIDS como tema central de reportagens foram seis na revista *Veja* e nenhuma na revista *IstoÉ*. Esses tipos de comparações tornam visível as diferenças do modelo editorial de cada revista, que apesar de serem periódicos informativos de circulação semanal, tinham temas mais ou menos explorados.

A partir dos quatro eixos expostos na tabela 4 foi possível se chegar nos principais tópicos de discussão de cada um deles no que diz respeito às preocupações dos responsáveis, distribuídos da seguinte forma: dentro do espectro da sexualidade, para além da AIDS, a gravidez na adolescência; no que tange a família, as preocupações acerca do futuro dos jovens eram voltadas para a inserção no mercado de trabalho, comportamentos considerados rebeldes e outros temas que não aparecem com tanta frequência, como os perigos do trânsito ou o consumo de álcool. Por fim, em relação às drogas, o anseio dos adultos era o envolvimento com o tráfico e a morte por ingestão de entorpecentes.

Em relação ao recorte temporal, algumas temáticas que preocupavam os responsáveis eram mais frequentes em décadas distintas. A AIDS teve mais reportagens seu respeito na década de 1980, década em surgiu e se alastrou pelo mundo. A doença teve um total de seis reportagens na revista *Veja*, cinco na década de 1980 e uma na década de 1990, e uma reportagem na revista *IstoÉ*, na década de 1980.

Na década de 1990, na revista *Veja*, as drogas tiveram mais reportagens a seu respeito - sete nos anos 1990 em relação a cinco nos anos 1980 - assim como artigos jornalísticos classificados como preocupações familiares, dois nos anos 1980 e quatro nos anos 1990. Na revista *IstoÉ* a única temática que teve mais reportagens que tratavam de preocupações parentais eram referentes a categoria família, com uma reportagem a mais nos anos 1990.

Um fato comum na construção narrativa das reportagens que tratavam de temas que preocupavam os pais era o uso constante de trechos de fala de especialistas das mais diversas áreas do conhecimento que corroboravam para dar veracidade as afirmações dadas ao longo dos artigos jornalísticos. Segundo Aldo Schmitz (2011) o especialista seria alguém ou alguma instituição/ organização detentora de um conhecimento reconhecido com relação a alguma profissão, especialidade ou área de atuação detentora da capacidade de analisar as possíveis

¹⁹ Isso não quer dizer que a *IstoÉ* não tratava de assuntos relacionados ao uso de drogas em suas reportagens, eles apareciam de maneira secundária ou transversal em outras reportagens, como também acontecia com a revista *Veja* em alguns tópicos.

consequências de determinadas ações ou acontecimentos. Ainda, o autor afirma que os jornalistas procuram especialistas “para estabelecer conexões e analisar a complexidade do tema” (SCHMITZ, 2011, p. 27) em tentativas de procurar informações secundárias ou complementares acerca do tema noticiado, enquadrando o ponto de vista especializado “em situação de risco ou conflito, na cobertura de temas complexos ou confusos e no jornalismo científico” (SCHMITZ, 2011, p. 27).

Os quadros abaixo expõe quais eram os profissionais mais recorrentes nas reportagens:

Quadro 6 - Especialistas que aparecem nas reportagens da revista *IstoÉ*

Médicos/as	14
Psicólogos/as	10
Psicoterapeutas	9
Publicitários/as	6
Professores/as	4
Sociólogos	3
Antropólogos/as	3
Pedagogos/as	2
Ginecologistas	2
Psiquiatras	2
Sexóloga	1
Pesquisador	1
Psicopedagoga	1

Fonte: Elaborado pela autora, 2019.

No caso da revista *IstoÉ*, dentre as 15 reportagens analisadas, algumas atividades profissionais eram mais comuns de aparecerem. A presença dos médicos, categoria de especialistas mais repetida na *IstoÉ*, em ambas as revistas era mais comum em reportagens voltadas a sexualidade e a AIDS, bem como nas reportagens sobre uso de drogas. Já profissionais da psicologia, segunda categoria que mais aparecia na revista *IstoÉ*, eram corriqueiros nas

reportagens dos mais variados temas, desde as que tratavam dos perfis de juventude até as reportagens sobre as relações familiares. Os psicoterapeutas, terceira categoria de especialistas mais comuns da revista *IstoÉ*, não apareciam em reportagens da revista *Veja*, algo incomum pois nas duas revistas grande partes dos profissionais que apareciam nas reportagens eram iguais ou semelhantes.

Quadro 7 - Especialistas que aparecem nas reportagens da revista *Veja*

Psicólogos/as	47
Médicos/as	29
Pesquisadores/as	14
Publicitários/as	17
Professores/as	11
Psicanalistas	10
Sociólogos	9
Antropólogos/as	7
Pedagogos/as	5
Infectologistas	2
Psiquiatra	2
Sexóloga	1
Pediatra	1
Farmacêutico	1

Fonte: Elaborada pela autora, 2019.

Grande parte dos especialistas presentes na revista *IstoÉ* também aparecem na *Veja*, mas com algumas diferenças; na *Veja* os psicólogos são a categoria mais presente nas reportagens, seguidos dos médicos. Algumas categorias como farmacêutico e infectologista apareceram apenas na revista *Veja* em reportagens voltadas para o uso de drogas entre os jovens, no caso do farmacêutico, e sobre a AIDS, no caso do infectologista. A revista procurou ir além dos

profissionais da saúde que tinham aparecido até então numa tentativa de aprofundar suas análises acerca dos temas.

Os jovens, por estarem numa faixa etária de transição e formação, aparecem nas reportagens como suscetíveis a uma série de inseguranças que preocupavam seu responsáveis. Quando se tratava de sexualidade dos jovens e o diálogo acerca do tema, uma afirmativa era constante nas reportagens: “O sexo é um assunto difícil entre pais e filhos” (*IstoÉ*, nº 273, 17 mar. 1982, p. 32). Por conta do tabu que envolve a sexualidade, tratar da temática num momento de proliferação de doenças sexualmente transmissíveis era complexo para os pais dos jovens; o seguinte trecho explicita essa dificuldade: “como um adulto ao falar sobre sexo com o filho está reproduzindo também a educação e a formação que teve, muitas vezes o diálogo sobre o assunto entre pais e filhos se torna extremamente difícil” (*Veja*, nº 1025, 27 abr.. 1988, p. 73).

Para além da temática das preocupações dos pais e responsáveis com jovens, o uso de pesquisas nas reportagens é um dos recursos utilizados pelas revistas para trazer veracidade as análises acerca da juventude brasileira. Não por acaso, as pesquisas estavam mais presentes nos artigos jornalísticos em que as preocupações parentais eram mais frequentes, como nas reportagens sobre sexualidade e sobre o uso de drogas. Além desses dois usos mais frequentes, as reportagens voltadas a análises de perfis da juventude brasileira também tinham frequentemente pesquisas em suas páginas.

As pesquisas presentes nas reportagens selecionadas giravam em torno de dois eixos: pesquisas de órgãos oficiais como o IBGE ou instituições acadêmicas e pesquisas de opinião feitas por empresas de marketing e publicidade. Entrando na definição do método das pesquisas, tais dividem-se entre pesquisas quantitativas e qualitativas. Segundo Michael Dalfovo, Rogério Lana e Amélia Silveira (2008) diferenciar os métodos qualitativos e quantitativos em pesquisas é essencial para a produção de conteúdo acadêmico. A pesquisa quantitativa seria “tudo que pode ser mensurado em números, classificados e analisados,ndo utiliza-se de técnicas estatísticas” (DALFOVO; LANA; SILVEIRA, 2008, p. 7). Já a pesquisa qualitativa seria mais ampla e não traduzida em números, pretendendo “verificar a relação da realidade com o objeto de estudo, obtendo várias interpretações de uma análise indutiva por parte do pesquisador” (DALFOVO; LANA; SILVEIRA, 2008, p. 8).

Na década de 1980, a partir das reportagens publicadas na revistas, infere-se que a sexualidade da juventude era alvo de apreensão por parte dos pais desses jovens, uma vez que a

AIDS era uma ameaça constante e tinha na juventude seu maior índice de incidência. Na reportagem “O vírus dobra o astro” (*Veja*, nº 1089, 26 jun. 1989), Lauro Corona, considerado galã juvenil, tem sua morte anunciada em decorrência de “um quadro clínico que aponta para a aids” (*Veja*, nº 1089, 26 jun. 1989, p. 88). No mesmo artigo jornalístico, juntamente com alguns relatos de como a doença ceifou rapidamente a vida do ator, um quadro informativo ocupa o centro da reportagem no que o público jovem aparece como a faixa etária com o maior número de vítimas da doença. “A maioria das vítimas - 41% delas - têm idade entre 18 e 34 anos” (*Veja*, nº 1089, 26 jun. 1989, p. 88).

Um outro grupo de risco é apresentado no mesmo quadro informativo citado acima, o dos usuários de drogas injetáveis. Segundo a reportagem, “o grupo de risco em que a síndrome mais cresce, contudo é o dos viciados em drogas injetáveis. Há cinco anos, eram apenas 1% dos doentes. Hoje, já chegam a 11,8%”. Ainda, em algumas cidades, como Ribeirão Preto e Santos, “já contabilizam mais aidéticos entre drogados que entre homossexuais” (*Veja*, nº 1089, 26 jun. 1989, p. 8). A todo momento, na narrativa das reportagens que foram analisadas, percebe-se que a AIDS era uma doença extremamente violenta. O uso de adjetivos e substantivos que atualmente seriam considerados preconceituosos era uma premissa constante: homossexualismo, aidéticos, drogados, promíscuos e entre outros, são alguns dos mais utilizados.

A reportagem citada acima, que traz os usuários de drogas injetáveis como um crescente grupo contaminado pela doença, corrobora com uma temática bastante frequente dentre as fontes selecionadas: o uso de droga entre os jovens. A temática parecia afligir os pais dessa juventude e as reportagens se utilizavam de recursos narrativos para explicitar o drama de pais que perdiam seus filhos para a doença imunossupressora, como é visível no seguinte trecho: “o drama de quem perde um filho, ainda jovem, ceifado por uma doença para a qual não há expectativa de cura, faz parte do rol de experiências que só podem ser avaliadas, em toda a sua extensão, por quem as vive” (*Veja*, nº 1089, 26 jun. 1989, p. 8).

No que tange à sexualidade dos jovens representados nas reportagens analisadas, a gravidez precoce também é uma das preocupações de seus responsáveis. Na reportagem “Direto ao ponto”, da edição 1154 da revista *Veja*, o ginecologista Alberto Abeche afirmou à reportagem que a gravidez “vem acontecendo em meninas cada vez mais novas” (*Veja*, nº 1154, 31 out. 1990, p. 75). Junto da afirmação do médico, de que meninas cada vez mais novas engravidam, um outro dado acerca da temática é exibido na reportagem: “estima-se que 13% da população feminina do

país, na faixa dos 15 a 19 anos, já tenha engravidado pelo menos uma vez” (*Veja*, nº 1154, 31 out. 1989, p. 75).

Na mesma reportagem, mesmo com a afirmação do índice de gravidez citada acima, uma jovem de 14 anos, com nome fictício de Ana Carvalho, teve sua fala incluída no artigo jornalístico em que afirmava que “a galera dá valor a virgindade” (*Veja*, nº 1154, 31 out. 1989, p. 75). Ao mesmo tempo em que um especialista afirmava que meninas engravidam cada vez mais cedo, a fala de uma jovem foi usada como contraponto ao médico. Ou seja, discursos antagônicos se encontraram numa mesma reportagem a partir do ponto de vista jovem e adulto.

Num contexto marcado pela ameaça constante da AIDS, uma doença ainda muito desconhecida e sem tratamento na época, a gravidez na adolescência era mais uma preocupação para os pais dos jovens, uma vez que os índices de gravidez na adolescência eram considerados bem altos. O tom informativo era também um alerta aos pais e as revistas estabeleciam uma espécie de diálogo direto com o leitor. Em outra reportagem, da revista *IstoÉ*, publicada em 1994, o imperativo é usado para criar uma conexão e expor aos leitores a complexidade dos índices de gravidez na adolescência; “Uma vez informadas, por que o número de gravidez de meninas só tende a aumentar? Mergulhe nesse pensamento mágico da adolescência para talvez decifrar esse enigma” (*IstoÉ*, nº 1301, 07 set. 1994, p. 71).

Mesmo a gravidez na adolescência sendo bastante comum no país segundo os dados expostos acima, na década de 1990 a reportagem “Barriga de anjo” (*IstoÉ*, nº 1301, 07 set. 1994) traz em seu subtítulo um questionamento pertinente sobre a temática: “a informação sobre sexo aumenta, mas as meninas engravidam mais cedo” (*IstoÉ*, nº 1301, 07 set. 1994, p. 71). As limitações econômicas, físicas e psicológicas de uma gravidez na adolescência eram mais uma preocupação dos pais que estava presente nas reportagens. Segundo as médicas Brandão e Heilborn, é sabido que “o percurso entre a infância e a idade adulta foi profundamente alterado nas sociedades ocidentais modernas” (BRANDÃO; HEILBORN, 2006, p. 1421). Analisando entrevistas de jovens cariocas de classe média sobre seus métodos contraceptivos, as autoras afirmam que o domínio da sexualidade e das técnicas de contracepção são graduais e que “a parentalidade na adolescência agrava sobremaneira a dependência familiar dos jovens” (BRANDÃO; HEILBORN, 2006, p. 1428). Trechos de fala de um especialista são usados para corroborar com a noção de que houve mudanças; “[antes] havia uma sociedade que não

esperava a iniciação tão cedo. Agora, os pais esperam e se preocupam com as consequências disso”, completa o psicanalista Alberto Reis” (*IstoÉ*, nº 1301, 07 set. 1994, p. 71).

A ameaça constante da gravidez na adolescência e das doenças sexualmente transmissíveis (DSTs), principalmente a AIDS, faziam com que os pais e responsáveis, de acordo com as reportagens, entendessem a importância de discussões sobre a temática para a prevenção do contágio. Na reportagem “Arriscada descoberta” (*IstoÉ*, nº 505, 27 ago. 1986) uma possível solução para combater a ascensão de DSTs foi apresentada: “De fato, o horizonte cinzento de crescimento das DSTs entre rapazes e moças de 15 a 20 anos de idade está a exigir um esforço conjunto de sistema educacional, de saúde e dos pais - junto, é claro, com os mais interessados no assunto, os próprios adolescentes” (*IstoÉ*, nº 505, 27 ago. 1986, p. 40). Ou seja, discussões nas escolas, em casa e na área da saúde eram de extrema importância para manter os jovens informados e seus responsáveis menos preocupados.

A educação sexual era algo que ia além das questões morais, consideradas barreiras do diálogo, por conta do risco de vida que as DSTs traziam. A revista *Veja*, em 1988, deu destaque de capa para esse tema, com o seguinte título: “Confusões na educação sexual na era da AIDS” (*Veja*, nº 1025, 27 abr. 1988). O título era acompanhado do desenho de duas crianças, um menino, dizendo “pai, me compra uma camiseta?” (*Veja*, nº 1025, 27 abr. 1988) e uma menina perguntando “mãezinha, e se eu pegar AIDS?” (*Veja*, nº 1025, 27 abr. 1988).

Ao longo da reportagem que foi capa da revista *Veja*, a preocupação dos pais em como responder perguntas sobre a doença imunossupressora ganha destaque na reportagem de oito páginas intitulada “idade da incerteza” (*Veja*, nº 1025, 27 abr. 1988, p. 68), que contém trechos de fala dos responsáveis com dificuldade de debater a temática com seus filhos. “A educação sexual na era da aids inverteu os pesos na balança das conversas entre adultos e as crianças e adolescentes. Se antes eram os filhos que ficavam mais preocupados em aprender o que é sexualidade, agora são os pais que estão atazanados com o assunto” (*Veja*, nº 1025, 27 abr. 1988, p. 68). Ou seja, a revista representou os pais preocupados com a temática como “atazanados com o assunto” da AIDS, corroborando com a premissa de que a DST era uma preocupação constante dos pais.

A preocupação com a AIDS, segundo a reportagem que foi capa da revista *Veja*, não era uma preocupação exclusiva das camadas médias, mas era relatado como sendo uma preocupação presente em todas as camadas sociais relacionados. “Em todo o país, em todas as faixas da

população, qualquer que seja o nível de renda das famílias, a preocupação dos pais em explicar o sexo e a aids aos filhos os está levando a procurar orientação” (*Veja*, nº 1025, 27 abr. 1988, p. 68). É interessante perceber como as reportagens, em muitos casos, apesar de terem como foco a classe média, se referem a outras classes sociais como medida de contraponto. No caso dos questionamentos dos filhos e da necessidade de diálogo acerca da temática da AIDS, as camadas menos privilegiadas são representadas, assim como os pais de classe média, como preocupados com o conhecimento acerca das DSTs por parte de seus filhos.

Por ser uma doença fatal e bastante desconhecida em meados dos anos 1980, dois problemas, que consequentemente transformaram-se em preocupações dos responsáveis apareceram na reportagem que foi capa da revista *Veja*; “primeiro, a síndrome é mortal, uma vez contaminado, o adolescente está fadado a um calvário de sofrimentos e a morte certa. Em segundo lugar, as perguntas que as crianças e jovens fazem simplesmente não tem resposta” (*Veja*, nº 1025, 27 abr. 1988, p. 6).

A sexualidade dos jovens era uma inquietação dos pais justamente pelos seus riscos. Ao longo das reportagens, além dos trechos de fala dos jovens, alguns pais também têm seu ponto de vista exposto. Luciana Chauí Berlinck, filha da professora de filosofia Marilena Chauí, “detecta na mãe uma preocupação excessiva com seus namorados e com o andamento de sua vida afetiva” na reportagem “Como eles transam” (*IstoÉ*, nº 273, 17 mar. 1982). Essa atitude protetora da professora de filosofia é tida como parâmetro numa tentativa de compreensão das dificuldades do diálogo entre pais e filhos sobre sexualidade.

Se uma mãe como Marilena Chauí pode revelar-se, aos olhos da filha, limitadora e autoritária, que dizer das demais mães e pais dos adolescentes brasileiros? Nesse item, em geral, reina a treva. Se os filhos se sentem mais abertos e mais liberados para enfrentar os problemas do sexo, isso não corresponde em absoluto a uma atitude mais tolerante e compreensiva dos pais. (...) Este é um novo fator importante quando se busca um perfil da nova geração - a ausência de pais sintonizado com a procura e as necessidades dos jovens (*IstoÉ*, nº 273, 17 mar. 1982, p.31).

A revista *IstoÉ* construiu uma representação de juventude, a partir do relato da filha da renomada professora universitária Marilena Chauí, em que a faixa etária é vista como progressista e aberta ao diálogo no que tange discussões acerca da sexualidade. Em relação a geração anterior, que seria a geração de seus pais, os filhos “se sentem mais abertos e liberados” para falar do assunto, enquanto os pais não seriam suficientemente compreensivos.

Tentativas de pacificar a relação dos pais com os filhos que estão no processo de desenvolvimento da sexualidade eram presentes em matérias que procuravam ser espécies de guias para os pais. A reportagem da *IstoÉ* intitulada “O que dizer ao seu filho quando...” (*IstoÉ*, nº 1427, 05 fev. 1997) é um exemplo, pois várias situações são expostas, assim como quais reações os pais deveriam tomar caso viessem a acontecer. No que tange a sexualidade, o seguinte trecho se reporta a temática: “A garota de 15 anos começa a transar. O menino está viajando com a namorada. Horror, desespero? Não, calma e tranquilidade” (*IstoÉ*, nº 1427, 05 fev. 1997, p. 66). É possível perceber como a reportagem indica qual seria o comportamento adequado dos pais ao lidar com a situação descrita.

Os pais que fossem ler as revistas eram guiados a agir com calma e tranquilidade diante de situações que, supostamente, os deixariam horrorizados e desesperados. O tema no jornalismo de revista, como já discutido anteriormente, pode ser visto como operador de sentidos (Schwaab; Tavares, 2009), algo que é perceptível no trecho da reportagem acima, uma vez que a revista se reporta aos pais com descrições de condutas a serem tomadas em determinadas situações.

Em relação ao uso de drogas, outra grande preocupação dos responsáveis segundo as revistas, além do uso de drogas injetáveis, um dos grupos de risco de contato com o HIV, outros entorpecentes geravam preocupação. Segundo a reportagem “O perigo vai à escola”, da edição 1138 da revista *Veja*, ““a adolescência é um momento de afirmação e de busca por novas experiências”, explica o psiquiatra carioca Marcos Baptista, supervisor de atendimento ao drogado do Hospital Pedro Ernesto” (*Veja*, nº1138, 11 jul. 1989, p. 85). A narrativa jornalística construída a partir do trecho de fala do psiquiatra reforçava a ideia de que os jovens buscavam novas experiências. A busca pela novidade seria uma conduta da juventude, segundo a revista, reforçando estereótipos acerca da faixa etária.

A fala do profissional faz parte de uma análise da pesquisa apresentada no artigo jornalístico, em que é feito comparativo de pesquisas sobre uso de drogas entre jovens, que foram entrevistados em escolas de diferentes capitais. Na primeira, feita em 1987, 30 mil jovens estudantes do segundo grau foram entrevistados. Em 1990 a pesquisa foi refeita e os índices de consumo de drogas aumentaram 24% em geral. Em São Paulo, passou de 23,5% para 30,6%, no Rio de Janeiro de 25,6% para 29,3% e em Belo Horizonte de 21,6% para 34,2%.

O chamado “crime juvenil” também foi um alvo frequente nas reportagens, principalmente na década de 1990, visto que o índice de jovens de classe média envolvidos em

crimes motivados pela dependência química eram frequentes. A reportagem “A silhueta do usuário” (*Veja*, nº1027, 11 mai. 1988) descreve em seu subtítulo um caso de envolvimento com drogas do filho de uma importante figura política da época: “Filho do ministro Mailson é preso com maconha e põe seu traço no perfil de um drama que as pesquisas começam a identificar” (*Veja*, nº1027, 11 mai. 1988, p.74). O suposto drama citado era o crescente envolvimento de jovens de classe média com drogas, algo que “só recentemente entidades que lidam com o problema começaram a traçar um perfil de sua clientela, composta por jovens como o filho do ministro” (*Veja*, nº1027, 11 mai. 1988, p.74). A frequência das reportagens de jovens de classe média envolvidos com crimes era motivada pelo estranhamento da atividade, visto que era algo incomum jovens com acesso a uma série de privilégios se envolverem com crimes.

Um clima de impunidade rondava os jovens de classe média envolvidos com drogas, o que pode ser constatado numa reportagem da década de 1990 em que a cidade de Brasília é descrita como a capital da cocaína. Segundo o artigo jornalístico, “a razão [de Brasília ser a ‘capital da cocaína’] é que, em geral, a polícia evita intrometer-se com drogas quando se trata de autuar em flagrante o filho de um figurão no Plano Piloto” (*Veja*, nº1117, 14 fev. 1990, p.6). Já na reportagem “a droga no tribunal”, na edição 1084 da revista *Veja*, uma revisão acerca das leis que criminalizavam o porte de drogas era analisada, juntamente com os prós e contras da descriminalização de alguns entorpecentes; “um projeto de lei para os entorpecentes propõe diferenciar o traficante do usuário ocasional” (*Veja*, nº1084, 21 jun. 1989). A reportagem trouxe como imagem o jovem cantor Lobão e outros jovens brancos de classe média, numa alusão de que tais não seriam enquadrados na lei como traficantes e sim usuários.

Compreender o “fenômeno do crime juvenil” era uma pauta importante aos pais que eram leitores e tinham filhos jovens. Especialistas sempre eram chamados para comentar a temática e dar indicações de como os pais poderiam agir para evitar que seus filhos se envolvessem em ações criminosas.

O fenômeno do crime juvenil é de difícil abordagem. Não há uma receita infalível para evitá-lo. A polícia e os psicólogos concordam que só os pais podem perceber o que se passa de errado com os filhos e tentar evitar que a transgressão cumpra seu ciclo mais terrível, aquele que deságua no crime (*Veja*, 12 jan. 1994, p. 60).

O receio dos pais com relação às drogas também ganhou destaque, principalmente, a partir da relação dos entorpecentes com o envolvimento de jovens da classe média em crimes. No subtítulo da reportagem “Caminhos tortos” (*Veja*, nº1329, 02 mar. 1994), o que foi dito

anteriormente se confirma: “a droga está na raiz dos crimes cometidos por jovens de classe média mas não explica a extensão do fenômeno” (*Veja*, nº1329, 02 mar. 1994, p.60). Um outro dado da reportagem traz a tona o percentual de jovens que estavam em instituições para infratores; “a Febem paulista calcula que os jovens infratores de classe média já representam 15% do total de delinquentes pilhados no estado. É um número muito alto” (*Veja*, nº1329, 02 mar. 1994, p.60).

A entrada de jovens de classe média no mundo do crime, segundo a reportagem citada no parágrafo anterior, tinha nas drogas uma motivação comum; “são muitos os motivos que levam um jovem de classe média a assaltar e até matar para roubar. A polícia, os pais e os psicólogos estão em busca de uma explicação. Em todas as listas aparece o consumo de drogas” (*Veja*, nº1322, 12 jan. 1994, p.60). A reportagem, a partir dos trechos de fala dos especialistas, procurava expor aos pais as motivações que levavam aos jovens de classe média a se envolverem com crimes e as drogas aparecem como o principal catalisador, assim como a turbulência hormonal da juventude.

Além das drogas ilícitas, as drogas lícitas aparecem como uma ameaça numa reportagem da revista *Veja* que analisa o consumo de álcool entre jovens de classe média, antes da idade legal que permitia seu consumo; “a disseminação da bebida entre os adolescentes deixa os pais e educadores de cabelos arrepiados” (*Veja*, nº 1337, 27 abr. 1994, p.60). Na reportagem da revista *IstoÉ* a preocupação com o consumo de álcool também está presente. Segundo o psiquiatra Ronaldo do Laranjeira, foi recomendada ““atenção aos pais preocupados. “É bom saber em que contexto se está bebendo. Se é apenas entre amigos ou se há uma intoxicação constante”” (*IstoÉ*, nº 1427, 05 fev. 1997, p. 62). Novamente, a busca pelo estabelecimento por um diálogo direto com os responsáveis, presente na afirmação do psiquiatra em que o profissional recomenda “atenção aos pais preocupados”. Podemos ver que as revistas não tinham como objetivo somente reportar o problema, mas também se viam como tendo como função orientar os pais que eram seus leitores.

Mesmo os jovens que cometiam crimes ganhando destaque em reportagens sobre infrações juvenis cometidos por jovens de classe média, uma representação homogênea da juventude ainda dominava as representações. Os jovens que não se envolviam com drogas ou com o crime eram as aparições mais frequentes. Generalizando as representações da faixa etária: “[os jovens] são pacíficos e, em geral, costumam passar ao largo das drogas” (*Veja*, nº1229, 08 abr. 1992, p.67).

Uma outra preocupação que inquietava os pais, num contexto de redemocratização, eram os impactos da crise econômica no mercado de trabalho. O subtítulo da reportagem “A voz da maioria”, de maio de 1984, a revista *Veja* traz algumas considerações acerca dos anseios dos pais em relação aos seus filhos conseguirem empregos neste momento:

destacam-se, sobretudo, os representantes da classe média, que experimentaram uma ascensão em seus padrões de vida durante o milagre econômico. Os pais de família dessa faixa, que acostumaram suas crianças a uma padrão e uma segurança material que não mais podem manter, mostram-se agora inquietos com o futuro de seus filhos. Hoje, jovens de famílias como essas, precisam economizar, e frequentemente perderam o direito de perseguir o diploma sem trabalhar ao mesmo tempo (*Veja*, nº 818, 09 mai. 1984, p. 58).

Na mesma reportagem podemos perceber as diferentes dimensões que os pais e os filhos dão aos anseios em relação ao futuro, visto que “se os pais exibem uma razoável dose de angústia com esse tipo de problema, o mesmo não acontece com os filhos” (*Veja*, nº 818, 09 mai. 1984, p. 58). Numa possível tentativa de expor aos pais leitores da revista as aspirações dos jovens, a especialista Vera Aldrighi, pesquisadora da agência que realizou a pesquisa, afirma que “os garotos estão se virando com criatividade. [...] e não parecem deprimidos com essa mudança de padrão” (*Veja*, nº 818, 09 mai. 1984, p. 58).

A reportagem “Com a mão na massa”, na edição 1288 da revista *Veja*, expôs o interesse da juventude de classe média em entrar no mercado de trabalho por vontade própria. Com a apresentação de dados do IBGE acerca da quantidade de jovens brasileiros que trabalham, “cerca de 50,2% dos adolescentes entre 15 e 17 anos trabalham e 30% contribuem no orçamento doméstico” (*Veja*, nº 1288, 19 mai. 1993, p. 68), o artigo defendia que os jovens de classe média ansiavam por trabalhar uma vez que tinham interesse em ter “dinheiro no bolso para gastar em roupas ou lazer” (*Veja*, nº 1288, 19 mai. 1993, p. 68).

Esse desejo de inserção no mercado de trabalho preocupava os pais, uma vez que para os responsáveis “conciliar trabalho e estudo pode parecer difícil aos olhos de alunos pouco aplicados e um risco na opinião dos pais preocupados com o futuro profissional dos filhos” (*Veja*, nº 1288, 19 mai. 1993, p. 6). Ou seja, a matéria explicita que o jovem de classe média, usufruindo de seus privilégios, “encarava o emprego quase como um lazer” (*Veja*, nº 1288, 19 mai. 1993, p. 6) enquanto uma fatia expressiva dos jovens brasileiros trabalhava para complementar o orçamento familiar.

Uma outra temática que surgiu nas publicações analisadas era a preocupação dos responsáveis em relação aos jovens e a autorização para conduzir automóveis. No ano de 1988, com a constituinte e a conquista do voto facultativo a partir dos 16 anos, a discussão acerca de juventude representada nas revistas demonstra que os jovens queriam também o direito de ter sua carteira nacional de habilitação na mesma idade em que poderia votar, devido ao documento ser um “símbolo do mundo adulto” (*Veja*, nº 1091, 09 ago. 1989, p. 91). Segundo pesquisadores, na reportagem “Jeito de gente grande” existia um tabu em torno da juventude dirigir: “ao volante, os adolescentes são uma fonte constante de perigos” (*Veja*, nº 1091, 09 ago. 1989, p. 91).

Numa pesquisa realizada na Universidade de Londrina junto ao Departamento Nacional de Trânsito, disponibilizada na reportagem citada no parágrafo anterior, 3000 estudantes secundaristas da cidade do norte do Paraná foram ouvidos. Nas três faixas etárias em que foram divididos - dos 14 aos 17 anos, dos 18 aos 21 e dos 22 aos 25 anos, quanto menos idade tinham, menos infrações eram cometidas. Um fato curioso é que a pesquisa foi realizada com apenas 3000 estudantes de uma cidade do Paraná, um nicho bastante específico, e foi tomada como a realidade brasileira dos jovens no trânsito brasileiro. Na primeira faixa etária, apenas 17% admitiram furar o sinal vermelho, enquanto entre os mais velhos, a terceira faixa etária, o índice chegava a 47%. Apesar da preocupação, os jovens com menos de 18 anos, de acordo com a pesquisa, foram mais responsáveis no que diz respeito ao cumprimento das regras do trânsito, mesmo com a faixa etária não tendo autorização para dirigir.

No que tange a violência urbana, por serem filhos de adultos de classe média, os jovens viviam nos grandes centros e consequentemente estavam expostos a violência presente nas cidades. Por conta da preocupação com a prole, muitos dos responsáveis, em favor de seu alto poder aquisitivo, criavam seus filhos em locais considerados seguros. A reportagem “Os filhos da bolha”, da edição 1397 da revista *Veja*, expôs que “nessas verdadeiras bolhas sócio-econômicas, crianças e jovens crescem despreocupados” (*Veja*, nº1397, 21 jun. 1995, p.62).

Segundo a reportagem, “muitos pais de classe média de São Paulo e do Rio de Janeiro viram nesses empreendimentos [os condomínios fechados] uma ótima chance de proporcionar a seus filhos uma ótima infância livre da poluição e da violência. Nada mais legítimo” (*Veja*, nº1397, 21 jun. 1995, p.62). Os condomínios eram representados como uma bolha, como consta no próprio título da reportagem, em que os pais mantinham seus filhos distantes da violência urbana, uma de suas preocupações frequentes.

A situação de isolamento em nome da segurança recebeu um tom crítico por parte dos especialistas que deram seus depoimentos para as reportagens. A terapeuta familiar Isabel Kahn afirmou que quando criados em condomínios fechados, “esses jovens, longe da diversidade, não dão todos os passos para a plena maturidade” (*Veja*, nº1397, 21 jun. 1995, p.64), uma vez que “a pessoa só consegue descobrir o seu papel quando vive os conflitos sociais” (*Veja*, nº1397, 21 jun. 1995, p.64).

Por viverem em um mundo paralelo a realidade, esses jovens acabavam por ter dificuldade em desenvolver autonomia para se locomover pela cidade, algo extremamente necessário para a consolidação de uma independência. Os pais representados na reportagem parecem ter noção do que pode vir a acontecer criando seus filhos isolados da realidade brasileira; “tenho medo de que meu filho perca a noção da realidade” (*Veja*, nº1397, 21 jun. 1995, p.64) afirmou o pai de um menino morador de Alphaville, bairro de classe alta formado por condomínios do estado de São Paulo.

Regina Salvetti, mãe de dois adolescentes e moradora de um condomínio de alto padrão em São Paulo, deu seu depoimento sobre o tema para a reportagem e afirmou: “sei que estou criando meus filhos num mundo cor de rosa. [...] Mas tenho certeza de que vou perceber a hora certa de abrir a porta para o mundo” (*Veja*, nº1397, 21 jun. 1995, p.64). A reportagem ainda continua sua narrativa sobre as consequências da vida nos condomínios; “os filhos da bolha tendem a mostrar também despreparo para as tarefas mais simples da vida na cidade. E aí há motivos para os pais ficarem preocupados e pensarem se não está na hora de aproximar as crianças do mundo real” (*Veja*, nº1397, 21 jun. 1995, p. 62).

A cidade, segundo a reportagem, passa a ser um motivo de preocupação dos pais e medo dos jovens, uma vez que “os perigos da cidade grande assumem dimensões exageradas” (*Veja*, nº1397, 21 jun. 1995, p. 63). O temor da metrópole “combina-se com a visão negativa que se tem do mundo exterior” (*Veja*, nº1397, 21 jun. 1995, p. 63) e os adolescentes de condomínios entrevistados para a reportagem “confessam que ficariam perto do desespero na hipótese de ser obrigados a se virar sozinhos” (*Veja*, nº1397, 21 jun. 1995, p. 63).

Por conta da preocupação dos pais, os jovens viviam uma realidade discrepante de seu país ou até mesmo da cidade em que habitavam em função do isolamento nos condomínios e “a cidade com a qual esses jovens têm alguma relação acaba transformando-se apenas em um prolongamento dos condomínios” (*Veja*, nº1397, 21 jun. 1995, p. 63). Ou seja, os jovens viviam

um cotidiano enclausurado em que seus medos e a preocupação de seus responsáveis os impedia de vivenciar a cidade, uma experiência essencial para o amadurecimento, segundo os especialistas consultados na reportagem “Os filhos da bolha”, da edição 1397 da revista *Veja*.

Uma outra reportagem traz a preocupação com a segurança dos jovens como pauta. Na edição 1388 da revista *Veja*, a reportagem intitulada “O planeta teen” (*Veja*, nº1388, 19 abr. 1995), o seguinte trecho expressa a situação dita “esquizofrênica” entre os perigos da cidade e a preocupação dos responsáveis: “os jovens das classes A e B vivem uma espécie de situação esquizofrênica: a medida que aumenta seu conforto e proteção dentro de casa, cresce o número de ameaças nas ruas (*Veja*, nº1388, 19 abr. 1995, p. 10).

Ainda dentro do âmbito da violência, um quadro informativo chama atenção dentro as reportagens que traziam a temática como uma preocupação dos pais. Com o título “adolescência interrompida”, o texto, na edição 1117 da revista *Veja*, trazia dados estatísticos sobre a violência urbana e seus impactos na juventude com o subtítulo “homicídios matam mais jovens que acidentes”. Segundo a reportagem, a violência urbana era apresentada como o maior causador de morte de jovens, como fica visível no seguinte trecho “existe um tipo de problema entre os adolescentes que mata mais do que o uso de droga ou até mesmo acidentes de trânsito e doenças graves: a violência urbana” (*Veja*, nº1117, 19 abr. 1995, p. 70).

O quadro trouxe ainda uma análise de um estudo feito pelo Ministério da Saúde em que as causas da mortalidade dos jovens era exposta. Segundo a pesquisa, metade das mortes de adolescentes era relacionadas a violência, principalmente os homicídios. segundo a reportagem,

um surpreendente estudo realizado pelo Ministério da Saúde revela que metade das mortes de adolescentes entre 10 e 19 anos é resultado de algum tipo de violência - a maior parte são homicídios, e só depois vêm os acidentes e as doenças. [...] Nas estatísticas do governo aparece ainda um fenômeno pequeno em números mas importante como sinal dos problemas urbanos - o suicídio. [...] Na verdade, os números da violência deram um salto preocupante na última década [anos 1980] (*Veja*, nº1117, 19 abr. 1995, p. 70).

É interessante perceber que as informações do estudo do ministério da saúde não estavam no corpo da reportagem e sim num quadro informativo. Os altos índices de homicídios diziam respeito principalmente a jovens negros ou em situação de vulnerabilidade, características que passavam longe dos jovens de classe média. já o suicídio foi mencionado pela primeira vez, e podia atingir os jovens de todas as classes sociais.

As preocupações dos pais eram demanda frequente das reportagens, uma vez que “o confronto com os pais diminuiu, embora as tensões entre as gerações ainda existam” (*IstoÉ*, nº

1287, 01 jun. 1994, p. 56). Mesmo com situações em que o jovem de classe média estava envolvido em crimes, a representação predominante das revistas criava um padrão de juventude comportada, sempre em relação ao modelo de juventude transgressora dos anos 1960. Na reportagem acerca do festival Rock In Rio, em 1985, o trecho de fala de um pai que acompanhava sua filha no festival afirmar a prerrogativa anterior: “este festival é um Woodstock organizado dentro dos padrões de moral do Brasil” (*IstoÉ*, nº 422, 23 jan. 1985, p. 51). O Woodstock foi um dos grandes símbolos da juventude rebelde dos anos 1960 e o pai, comparando tal com Rock In Rio, achou o festival brasileiro organizado dentro de “padrões morais” do país.

Os trechos de fala de jovens também ajudam na construção de um modelo de juventude comportada, como o seguinte: ““a gente até gostaria de ser rebelde”, garante o heavy-mauricinho gaúcho Rodrigo Nunes, 12 anos. “A gente acha legal, mas não sabe muito bem como fazer isso”. Relaxem, pais. Algum dia, isso vai passar” (*IstoÉ*, nº 1229, 8 abr. 1992, p. 6). A rebeldia é usada como contraponto, quase como um momento obrigatório de passagem pela juventude, e também um recurso narrativo que procurava tranquilizar os pais, como no trecho “relaxem, pais. Algum dia, isso vai passar”.

Na *Veja*, a rebeldia também era um recurso narrativo utilizado de forma bastante semelhante ao trecho acima, publicado na revista *IstoÉ*. As duas publicações se dirigiam diretamente aos leitores que tinham filhos adolescentes, cada uma a sua maneira, procurando se aproximar de seus consumidores. No trecho abaixo, a revista ainda tenta extrair lembranças dos leitores acerca de suas juventudes.

essa é para quem tem um adolescente em casa: não se preocupe mais. Se, de repente o garoto bem comportado ou a gracinha de menina [...] rasga as roupas a golpes impiedosos de tesouras [...] e se recusa a usar qualquer coisa que não seja uma camiseta horrenda, puxe pela memória. É apenas um velho, conhecido e temporariamente insuportável ritual da adolescência (*Veja*, nº 1229, 8 abr. 1992, p. 66).

As duas revistas procuravam tornar a tarefa de criação de filhos adolescentes menos complexa do que as mesmas representavam, com dicas e sugestões, algumas até de forma imperativa, de como agir e lidar com seres humanos em processo de maturação biológica. Segundo uma reportagem da revista *Veja*, “filhos são uma fonte praticamente inesgotável de preocupações, problemas e ansiedade, mas se o pai e a mãe encararem a tarefa de descoberta, de conhecimento prazeroso, boa parte dos problemas se esvanece” (*Veja*, nº 1229, 13 jul. 1988, p. 71). Ou seja, as preocupações com os jovens nunca terminaram.

2 AS PERMANÊNCIAS E RUPTURAS NAS REPRESENTAÇÕES SOBRE OS JOVENS NOS ANOS 1980 E 1990

O recorte da presente pesquisa abrange duas décadas e, se levado em conta a relação dos seres humanos com o seu tempo de vida, é um recorte bastante extenso. Em 20 anos, as representações de jovens sofreram inúmeras alterações, ao mesmo tempo que padrões foram repetidos. No que tange o contexto brasileiro, os anos 1980 e 1990 foram duas décadas bastante distintas. Nos anos 1980, os brasileiros viviam sobre uma constituição aprovada nos governos militares, num contexto de instabilidade econômica e hiperinflação. Já nos anos 1990 o país já tinha a Constituição de 1988 promulgada e o país vivia um momento de estabilidade econômica e expansão do consumo.

O foco desse capítulo é perceber as intersecções entre o que estava acontecendo no país e como tais acontecimentos impactavam as representações sobre as juventudes, tais como os eventos que, segundo as reportagens, foram marcantes para os jovens. Na década de 1980, dois eventos foram bastante característicos no que tange a representação da juventude de classe média nas revistas: o Rock In Rio e a Constituição de 1988, que garantiu o direito ao voto facultativo a partir dos 16 anos. Já nos anos 1990, o evento marcante foram as manifestações dos carapintadas.

2.1 A DÉCADA DE 1980

Ainda no início dos anos 80 do século passado o Brasil vivia a ditadura militar. Porém, o presidente Ernesto Geisel, já desde o final da década de 70, acenava para a criação de condições de uma abertura política “lenta, gradual e segura”, a qual deveria levar o país, futuramente, a algum tipo ainda não claramente definido de governo civil, o que pressupunha o fim do militarismo. Um modelo de desenvolvimento, baseado em investimento estatal e financiamento externo, entrava em sua fase terminal e uma disputa de rumos tomava conta do cenário nacional (SCHWARCZ; STARLING, 2015).

O ano de 1980, no âmbito da economia, marca o fim do longo ciclo nacional-desenvolvimentista, iniciado em 1930. No recorte que engloba cinco décadas, o Brasil deixou de ser uma economia voltada a exportação agropecuária e importadora de manufaturados para se

tornar uma sociedade industrial moderna. O catalisador dessa transformação foi a ação do Estado como planejador econômico; no final do ciclo, o Brasil estava integrado à economia mundial como um país periférico (FONSECA, 2012).

Havia condicionantes internos e externos na interrupção daquele ciclo. A chegada dos anos 1980 assinalou o fim de um tempo para o capitalismo mundial e a inviabilização do projeto desenvolvimentista nos países de periferia. Nas economias avançadas, os anos de crescimento contínuo, verificados entre 1945 e 1975, entraram em declínio. Os sinais da desaceleração ficam claros na segunda metade dos anos 1970. O governo norte americano havia rompido a paridade ouro-dólar em 1972. Sete anos depois, aumentaria unilateralmente a taxa de juros, buscando exportar a conta de sua crise doméstica para os países da periferia. Como medidas complementares, os EUA se valeram de sua enorme influência em organismos financeiros multilaterais, como o FMI, para forçar um inédito processo de abertura de mercados e de desregulamentação econômica ao redor do globo (HOBSBAWM, 1996).

Além disso, a Organização dos Países Produtores de Petróleo (OPEP) decidiu reorganizar o mercado internacional do combustível, promovendo duas elevações nos preços internacionais do produto, em 1973 e 1979. Os preços do petróleo aumentaram 12 vezes nesse intervalo, criando sérias dificuldades para os países importadores (HOBSBAWM, 1996). Os tempos de créditos fartos a juros baratos no mercado internacional acabavam ali, uma vez que o Brasil estava entre os países importadores. Estavam em xeque modelos de desenvolvimento apoiados em altas doses de endividamento externo. A crise levaria o último governo da ditadura, chefiado pelo general João Figueiredo, que governou entre 1979 e 1985, a tomar medidas drásticas. Em 1980, a inflação bate a simbólica marca de 100% ao ano. Mesmo com a elevação dos preços dos importados, a balança de pagamentos registrou enormes déficits. Em 1981, o país entrava em uma recessão que perduraria até o segundo semestre de 1982. A partir daí, para o pagamento da dívida, o orçamento e os investimentos internos do país passaram a ser diminuídos em função de pressões do FMI, que impôs duros ajustes na economia, para possibilitar a rolagem da dívida externa e financiar os seguidos desequilíbrios no balanço de pagamentos. O Brasil viveu anos de instabilidade monetária e cambial e o estancamento dos fluxos internacionais de crédito (BOCCHI; BORGES; LACERDA; MARQUES; REGO, 2010).

No plano social, contraía-se a renda e o emprego em função do baixo crescimento. Aumentava a concentração de renda e riqueza e acentuavam-se as desigualdades sociais. Com

forte retração fiscal, o Estado tornou-se incapaz de fazer uma gestão adequada de suas políticas. Diante de tal quadro, o pacto de classes articulado pelo golpe de 1964, formado pela burguesia interna, setores médios e empresariado, foi colocado em questão. O emprego da tortura, prática comum desde os tempos da escravidão, agora praticada por parte do regime, não atingia somente as classes populares, “agora, alcançava filhos de classes média e até oficiais dissidentes das Forças Armadas” (REIS, 2015, p. 95).

A expressão política dessa falência foi o fim da ditadura e uma inédita disputa de projetos econômicos ao longo dos anos 1980, tendo como foco a redefinição das atribuições do Estado. Na esfera política, havia uma vasta pauta democratizante, envolvendo várias demandas sociais. O auge aconteceu nas semanas que antecederam a votação da emenda do deputado Dante de Oliveira (PMDB-MT), em fins de abril de 1984, que estabelecia a realização de eleições diretas para presidente da República. O país foi tomado de norte a sul por maciços atos de protesto. Os mais importantes aconteceram no Rio de Janeiro, com a presença de um milhão de pessoas, e em São Paulo, que contou com 1,5 milhão de participantes. Apesar de a emenda não ter sido aprovada, as mobilizações prosseguiram em greves gerais, inúmeras paralisações localizadas e na grande pressão para a aprovação de emendas populares – algo inédito – na Constituinte, instalada em 1987 (SCHWARCZ; STARLING, 2015).

A oposição, capitaneada pelo MDB, conseguiu eleger Tancredo Neves de forma indireta, no Colégio Eleitoral. No entanto, o novo presidente viria a falecer dias depois da posse. No início de 1985, seu vice, José Sarney, assume o governo (SCHWARCZ; STARLING, 2015). A situação econômica, com a disparada dos preços, era desfavorável. Uma inflação mensal de 15% e impasses nas negociações da dívida externa marcam o período, que culmina com uma moratória no início de 1986. Aquela conjuntura foi também marcada pela adoção do primeiro plano heterodoxo de combate à inflação, o Cruzado, que congelava preços e salários a partir de fevereiro de 1986 (BOCCHI; BORGES; LACERDA; MARQUES; REGO, 2010).

A abrupta queda da inflação repercutiu fortemente nas eleições para governadores naquele ano. O PMDB, partido da situação, elegeu governadores em 22 dos 23 estados brasileiros. Mas a expansão da demanda, viabilizado pelo aumento do poder aquisitivo, sem expansão da oferta e a sonegação de produtos por parte de setores empresariais leva ao desabastecimento de vários produtos, especialmente alimentícios, nos supermercados. Após a eleição, o plano não conseguiu ser mantido. Outras tentativas de derrubar a escalada inflacionária foram feitas até o início de

1989, através dos planos Cruzado II, Bresser e Verão. Todos fracassam e a aceleração dos preços fecha a década batendo a casa de 80% ao mês, num quadro de hiperinflação (BOCCHI; BORGES; LACERDA; MARQUES; REGO, 2010).

O fim do período autoritário e o início da chamada Nova República não se traduziu em avanços no combate à desordem financeira. O Plano Cruzado foi uma tentativa de fazer isso, mas falhou. As inquietações e movimentações dos setores desprivilegiados da sociedade evidenciaram sinais de um grande desenvolvimento na consciência política popular. A campanha presidencial de 1989 representou o ápice da disputa de projetos daquela década e foi vencida pelos liberais, com a vitória de Fernando Collor, que foi presidente entre 1990 e 1992.

Os anos 1980 são tidos como uma “década perdida”, mas as conquistas democráticas do período desmistificam tal nomenclatura reducionista. Os anos 1980 foram “perdidos” do ponto de vista econômico pois o país passou por uma grande crise financeira, que desencadeou a alta inflação. A instabilidade econômica fez com que o Brasil ingressasse nos anos 1990 com cerca de um terço de sua população em estado de pobreza, uma vez que no final da década de 1980, 48,6% da força de trabalho ganhava até dois salários mínimos e 27,2% da população ocupada recebia um salário mínimo (KLEIN; LUNA, 2015).

Entretanto, os anos 1980 foram também os da transição democrática. Em 1988 tivemos a primeira constituição democrática do Brasil, que foi a primeira que assegurou o sufrágio universal e, além disso, foi uma constituição social e participativa. Do ponto de vista político e social, portanto, não foram anos perdidos. Na “década perdida”, contamos com “movimentos populares reivindicatórios de melhorias urbanas, articulados com pastorais e grupos políticos de oposição ao regime militar”. Naquela década “os movimentos lutavam para ter direito a ter direitos” (GOHN, 2012, p. 12).

2.1.1 O Rock In Rio

O primeiro Rock in Rio, em 1985, foi bastante comentado na mídia e seu sucesso tornou-se um dos assuntos mais recorrentes da época, juntamente com a eleição de Tancredo Neves para presidente.

o chocante Rock in Rio, uma espécie de Disneylândia Rock Tropical que, se já era o maior investimento de toda a história do *showbiz* brasileiro, se transformou, na semana passada, no *show* de música mais bem sucedido já realizado no país. Durante dez dias quase não se falou de outro assunto no Rio. Em escala nacional, foi o único

acontecimento com força para disputar espaço na imprensa com a eleição de Tancredo Neves no Colégio Eleitoral (*IstoÉ*, nº 422, 23 jan. 1985, p. 46).

Foi a partir do Rock in Rio que a representação hegemônica da juventude brasileira passou pela sua maior mudança. Até então, por conta da mobilização estudantil contra a ditadura, os jovens brasileiros eram majoritariamente representados nas revistas relacionados ao movimento estudantil. Com o festival, que coincidiu com a eleição de Tancredo Neves para presidente, houve uma virada nessa representação. Os jovens, integrantes da classe média, agora queriam se divertir. O rock brasileiro dos anos 1980, que teve sua expressão máxima no Rock in Rio, trouxe a tona os novos gostos e anseios da juventude de classe média. Segundo Groppo,

A juventude urbana de classe média não era mais aquela dos movimentos estudantis, das novas esquerdas, dos festivais, das canções de protesto e da luta contra a ditadura. Tratava-se de jovens mais desenraizados de motivos, valores e obrigações nacionalistas, populistas e da politização da cultura (GROPPO, 2013, p. 174).

Um evento da magnitude do festival foi inédito na América Latina de então. “Planejado por Roberto Medina²⁰, diretor da Artplan Eventos, o Rock in Rio custou 11 milhões de dólares e não contou com incentivos econômicos do poder público, somente com o apoio de patrocinadores” (*IstoÉ*, nº 422, 23 jan. 1985, p. 46); ou seja, o empresário, ao investir uma quantidade exorbitante de capital na organização do evento - associado a iniciativa privada - acreditava que o festival geraria lucro com a venda de ingressos e com o consumo das mercadorias vendidas.

O Rock in Rio foi possivelmente o evento musical e de entretenimento que recebeu mais destaque na imprensa no período, bem como todo o aparato promocional que foi investido no evento. Diversos jornais e revistas brasileiras de grande circulação, dentre eles a revista *Veja* e a revista *IstoÉ*, produziram cadernos especiais explicando como era a estrutura do evento e quem eram os grupos estrangeiros e nacionais que iriam se apresentar, acompanhados de dicas para os frequentadores do evento. Tanto a *Veja*, com uma reportagem antes do festival, quanto a *IstoÉ*, com uma matéria depois do evento, produziram artigos a respeito do público do Rock in Rio - além dos encartes promocionais.

²⁰ Roberto Medina é um publicitário e empresário brasileiro dono da agência publicitária Artplan. O empresário tem um biografia intitulada “O Vendedor de Sonhos - a vida e a obra de Roberto Medina” (2006) e é mundialmente conhecido por ter sido o idealizador do Rock in Rio. Informações retiradas de uma entrevista com o empresário em 2013 disponível em: <<http://gq.globo.com/Cultura/noticia/2013/09/roberto-medina-o-homem-por-tras-do-rock-rio.html>> Acesso em 20 de novembro de 2018.

A reportagem da *Veja*, publicada na seção música, já carrega em seu subtítulo considerações sobre o ritmo musical e seu público no Brasil: “Sem comprar briga com ninguém o rock nacional vai alegremente ocupando espaços no mapa musical do país. Ele é o reflexo sonoro dos anos 1980” (*Veja*, nº 852, 02 jan. 1985, p. 36). Na reportagem, o Rock in Rio é descrito como um grande e aguardado evento para a juventude de classe média dos centros urbanos que investiu suas mesadas em ingressos do festival. O rock, que “perdeu o sotaque inglês e adquiriu alegria [...] tem o cheiro e o gosto da juventude brasileira mas não se presta a nenhuma cruzada nacionalista [...] e não quer brigar com a geração dos mais velhos” (*Veja*, nº 852, 02 jan. 1985, p. 36), abandonou seu caráter transgressor aparente no marcante e caótico festival de Woodstock²¹ para dar lugar a um rock nacional que teria como palco um outro festival, o “organizado” Rock in Rio.

Já na reportagem da *IstoÉ* (nº 422, 23 jan. 1985), publicada após o festival na seção ‘cultura’, a juventude, faixa etária alvo do festival, foi retratada como comportada e consumista. No seguinte trecho da reportagem, intitulada “A festa do rock em família”, é possível perceber que mesmo o Rock in Rio carregando em seu nome o transgressor ritmo musical, quem frequentou o festival se comportou de maneira ‘exemplar’.

No geral, a população da Cidade do Rock permaneceu o tempo todo como um modelo exemplar, batendo o pé no chão para marcar o compasso. [...] O lendário desacato à autoridade celebrado pelos “rebeldes sem causa”, filhos de Elvis Presley e James Dean naqueles históricos anos 50, ou o desafio a instituições cometido no festival de Woodstock, em 1969, viraram lenda distante. Tão significativo quanto isso foi o bom comportamento cultural de milhares de pessoas que, em teoria, deveriam identificar-se mais com a transgressão estética e ideológica do *rock n’ roll*. (*IstoÉ*, nº 422, 23 jan. 1985, p. 47).

A ascensão do rock nacional acompanhou as nuances da década de 1980 e, na perspectiva de Aguiar “os anos 80 começam com a dimensão política e com ela o culto do prazer: é hora de ‘descobrir’ o corpo sufocado pelo período anterior; é hora do divertimento e do bom humor” (1994, p. 152). Num contexto pós-ditadura, a juventude procurava usufruir de sua liberdade de

²¹ O *Woodstock* foi um festival de música realizado em 1969 numa fazenda na cidade de Bethel, no estado de Nova York, Estados Unidos, que contou com a presença de grandes nomes do rock da época. Nos dias do evento, mais de meio milhão de pessoas compareceram, derrubando cercas e tornando o festival um evento gratuito. Este influxo repentino provocou congestionamentos imensos, transformando Bethel em uma “área de calamidade pública”. As instalações do festival não foram equipadas para providenciar saneamento ou primeiros-socorros para tal multidão, e centenas de pessoas se viram tendo que lutar contra mau tempo, racionamento de comida e condições mínimas de higiene. O festival, dado o número de pessoas e as condições envolvidas, foi reconhecidamente pacífico e virou um marco do movimento hippie que cultuava a paz e o amor contra a Guerra do Vietnã. Informações retiradas do site: <http://news.bbc.co.uk/onthisday/hi/dates/stories/august/18/newsid_2760000/2760911.stm> Acesso em: 19 de fevereiro de 2017.

expressão recém reconquistada em 1985, ano em que dois candidatos, Tancredo Neves e Paulo Maluf, disputaram, por meio do voto indireto, à Presidência da República, em 15 de janeiro mesmo ano do primeiro Rock in Rio.

O “hedonismo comportado” do público do festival ficou explicitado na reportagem da *IstoÉ* já citada anteriormente. Na afirmativa da redação de que “o ambiente, sem dúvida, era familiar” (*IstoÉ*, nº 422, 23 jan. 1985, p. 51) é possível perceber como o Rock in Rio não se encaixava na lógica transgressora de festivais de música anteriores, como por exemplo o de Woodstock em 1969. O público do evento, segundo a reportagem, parecia muito mais interessado em vivenciar e consumir as mercadorias oferecidas no festival do que acompanhar os shows e uma “quase indiferença” rondava a platéia.

Capaz de prestar atenção tanto nos acordes alucinantes do AC/DC quanto à soporífera *Fixação* do Kid Abelha e os Abóboras Selvagens, a platéia do Rock in Rio praticou mais do que a paz e o amor - a quase indiferença aos vários significados das várias tendências musicais que desfilaram pelo palco (*IstoÉ*, nº 422, 23 jan. 1985, p. 47).

Do ponto de vista do historiador José Murilo de Carvalho, as canções roqueiras da década de 1980 deviam ter sua melodia mais levada em conta do que as próprias letras porque “[as músicas] serviriam mais como correia de transmissão para o público de visões do país geradas na classe média do que como fonte geradora de imagens originais” (CARVALHO, 2004, p. 42). Por ser um reflexo das abastadas classes médias dos centros urbanos, as músicas não diziam respeito à população excluída desse nicho.

Segundo Aguiar, o rock não foi realmente revolucionário e “nunca pressupôs um programa de ruptura, que não fosse imediatamente absorvido pela sociedade de consumo” (1994, p. 157). Partindo dessa perspectiva, o ritmo musical, apesar de ser considerado transgressor e rebelde, sempre foi subordinado ao mercado de consumo. O autor ainda afirma que “a rebeldia do rock foi relegada desde o início ao fracasso. Mas foi interessante porque, entre modas, captou e impôs o ritmo moderno, para negar a sonolência do *establishment*, forçando hábitos, sem no entanto poder transformá-los” (AGUIAR, 1994, p. 157).

Para a jovem Ana Fellows, que tem ao longo da reportagem vários trechos de falas suas utilizadas, “o rock cresceu tanto nos dois últimos anos [1983 e 1984] porque é bom, barato, fácil de consumir, divertido e não faz pensar” (*Veja*, nº 852, 02 jan. 1985, p. 38). O rock nacional, que se consolidou com a participação de suas bandas integrantes no Rock in Rio de 1985, acompanhou a tendência da juventude da época e emergiu como um ritmo musical descontraído

que possibilitava a juventude de classe média da época a consumi-lo sem anseios. Segundo Groppo,

o rock nacional [nos anos 1980] não foi fonte ou fundo musical de movimento político-cultural algum de grande porte da juventude. A maior parte dos músicos e públicos do rock nacional, nem mesmo simbolicamente, apresentaram qualquer indício de articularem-se como um movimento, conservando-se totalmente pulverizados e individualizados (GROPPO, 2013, p. 193).

O Rock in Rio de 1985 foi um catalisador dos anseios políticos e culturais de uma juventude brasileira que tinha nascido e crescido durante a ditadura mas que, segundo as revistas, caminhava distante do engajamento político e “tendia a um fluido niilismo; se aproximava da distopia e da desesperança de um futuro promissor e de bonança do país; e seguia atrelada ao internacionalizado universo da cultura pop/rock” (ENCARNAÇÃO, 2011, p. 366). O rock nacional, “quando surge finalmente como música da juventude de classe média, nos anos 1980” (GROPPO, 2013, p. 194) era um ritmo musical que já tinha perdido sua aura contestadora e transgressora; no Brasil, o rock é trilha sonora perfeitamente adaptável à vida de consumo e a industrialização do capitalismo tardio (GROPPO, 2013, p. 194).

A veiculação das notícias sobre o festival foi peça-chave na construção da representação de uma juventude de classe média consumista e individualista, processo que perdurou pelas décadas de 1980 e 1990.

2.1.2 A Constituição de 1988 e o direito ao voto facultativo a partir dos 16 anos

A Constituição de 1988, chamada Constituição Cidadã, foi um marco na defesa dos direitos sociais dos brasileiros. A fatia jovem da população estava em voga justamente por conta da proposta do voto facultativo aos 16 anos. É interessante também ressaltar que 1988 é o ano com o maior volume de reportagens dentre as fontes selecionadas; das 48 reportagens totais, 11 delas são do ano 1988.

O direito ao voto facultativo é muito importante para a compreensão da cultura política juvenil que estava se formando, juventude essa que era representada majoritariamente por jovens de classe média que, segundo as reportagens, eram conservadores e desinteressados por política. Na reportagem “Que eleição é esta?” (*Veja*, nº 1073, 29 mar. 1988) a parcela jovem da população aparece em destaque já no subtítulo da reportagem: “os números mostram um eleitorado jovem,

pobre e concentrado em apenas seis estados” (*Veja*, nº 1073, 29 mar. 1988). Ainda, segundo a mesma reportagem, que analisava o processo da primeira eleição direta para presidente após a ditadura militar,

de todos os dados que já se tem sobre o pleito, alguns números chamam a atenção. Um deles diz respeito à juventude do eleitorado - de cada dez pessoas que irão escolher o próximo presidente, cinco tem 30 anos de idade ou menos que isso (*Veja*, nº 1073, 29 mar. 1989, p. 36).

Num primeiro momento, enquanto a Assembleia Nacional Constituinte de 1987-1988 acontecia, as reportagens destacavam trechos de fala de jovens empolgados com a possibilidade do voto facultativo, assim como quem era contrário a decisão, como alas conservadoras do congresso e pessoas que achavam que os jovens desta faixa etária eram ainda muito imaturos para votar.

Uma pesquisa feita pela MPM Propaganda, uma das maiores agências do país segundo a reportagem em que o levantamento era analisado, apontava pessimismo dos jovens com relação ao futuro. A pesquisa foi feita com 400 jovens cariocas de classe média e consistia dos jovens colocarem em ordem as coisas que mais ansiavam para 1988. A política ficou em oitavo lugar, com apenas 32% dos jovens entrevistados desejando eleições diretas para presidente (*Veja*, nº 1016, 24 fev. 1988, p. 35). Ou seja, segundo a revista, dentre as camadas médias, os jovens apresentavam outras prioridades em detrimento da política.

Ainda em 1988, a reportagem “Idade é documento” (*Veja*, nº 1018, 09 mar. 1988) foi a reportagem que mais deu destaque para o voto aos 16 anos. Com o subtítulo “o voto aos 16 anos empolga os jovens e engorda eleitorado em cerca de 6 milhões de pessoas” (*Veja*, nº 1018, 09 mar. 1988), a reportagem trazia o seguinte questionamento: “se aos 14 anos o adolescente pode trabalhar, por que ele não pode influir no poder político que decide seu próprio trabalho?” (*Veja*, nº 1018, 09 mar. 1988, p. 84).

Em processo de discussão, o voto aos 16 anos era exposto como um motivo de debates justamente por ser algo inédito até então no país. Segundo a reportagem, “os jovens, entre desconfiados e entusiasmados, discutem a perspectiva de votar logo” (*Veja*, nº 1018, 09 mar. 1988, p. 84). É essencial ressaltar que na reportagem os jovens eram retratados como pessoas que “estavam espalhados pelas escolas, pelos clubes, pelos fliperamas e pelos grêmios estudantis” (*Veja*, nº 1018, 09 mar. 1988, p. 84). Isto é, jovens que trabalhavam ou que não frequentavam tais ambientes, não foram alvo dos questionamentos dos jornalistas.

A novidade do voto facultativo que, segundo a reportagem, apenas em Cuba a legislação eleitoral permite o voto aos 16 anos (*Veja*, nº 1018, 09 mar. 1988, p. 84), era permeada de anseios justamente por uma fatia grande da população brasileira ser jovem. O trecho de fala de Andrea, de 16 anos e moradora de um bairro nobre em São Paulo, corroborava com a narrativa de que parte da juventude estava empolgada com a ideia de votar: “os políticos só respeitam quem tem mais de 18 anos porque esses são votos, agora, eles vão preferir dar dinheiro para as escolas a dá-lo para os marajás” (*Veja*, nº 1018, 09 mar. 1988, p. 85).

Um outro trecho de fala de uma jovem é utilizado na narrativa jornalística: ““se podemos votar, também devemos poder dirigir e assistir filmes proibidos” afirma Alessandra” (*Veja*, nº 1018, 09 mar. 1988, p. 85). O voto poderia promover aos jovens associações ao mundo adulto para além do exercício da cidadania, ele aproximaria a juventude de ações só permitidas com a maioria.

Políticos também eram figuras frequentes nas reportagens e um embate entre esquerda e direita era visível, no que tange o voto aos 16 anos. Segundo a matéria, o deputado do PMDB de Roraima, Arnaldo Martins, contrário à proposta, “aos 16 anos, a personalidade do adolescente ainda não está formada” (*Veja*, nº 1018, 09 mar. 1988, p. 85). Além disso, havia ainda o argumento de que os jovens ajudariam a eleger políticos irresponsáveis, uma vez que “seriam mais suscetíveis aos discursos de candidatos demagogos e despreparados” (*Veja*, nº 1018, 09 mar. 1988, p. 85).

Entre os partidos de esquerda, a redução da idade para o direito do voto foi comemorada como uma grande vitória. O deputado estadual José Dirceu, secretário-geral do PT, segundo a reportagem, afirmou que “ganhamos 2 milhões de votos sem levantar da cadeira” (*Veja*, nº 1018, 09 mar. 1988, p. 85). É interessante perceber que após a exposição da premissa de que o voto aos 16 anos privilegiaria a esquerda, a reportagem trouxe casos de juventudes que apoiaram movimentos políticos de direita, “a crença em que os jovens são simpáticos às teses da esquerda é enganosa: a adesão entusiasmada da juventude ao nazismo e ao fascismo são os exemplos do passado” (*Veja*, nº 1018, 09 mar. 1988, p. 85). Ou seja, a reportagem assumia um tom de incerteza para com as tendências políticas da juventude.

É possível observar, temporalmente falando, que após a longa reportagem “Idade é documento” (*Veja*, nº 1018, 09 mar. 1988), que contou com uma análise detalhada de possíveis

impactos do voto aos 16 anos, duas menções a ações políticas contrárias à proposta, também apareceram. Em maio:

um outro ponto que promete causar muita discussão no plenário é o voto para os maiores de 16 anos. [...] a proposta [...] aumenta em 6 milhões o número de eleitores do país, segundo estimativa do TSE. O planalto registrou vitória da proposta, [...] no entanto, não garante a permanência da novidade na carta. [...] nas alas conservadoras há um temor de que os mais jovens acabem votando alinhados com as teses da esquerda (*Veja*, nº 1029, 25 mai. 1988, p. 58).

E em julho, na reportagem “A ofensiva do Planalto: o que o governo pretende suprimir” (*Veja*, nº 1037, 20 jul. 1988)

a emenda que garantiu aos maiores de 16 anos o direito de votar vai enfrentar a oposição. Como a constituição não prevê a responsabilidade criminal para menores, os governistas entendem que os maiores de 16 anos não podem votar porque não poderiam ser responsabilizados por eventuais crimes eleitorais. O PMDB quer manter o dispositivo (*Veja*, nº 1037, 20 jul. 1988, p. 36).

É possível inferir que existia um clima de incerteza em relação a proposta por conta da apreensão de alguns setores políticos que perderiam votos. A reportagem “Jeito de gente grande”, na edição nº 1091 da revista *Veja*, já em 1989, trouxe alguns índices dos jovens entre 16 e 18 anos que haviam feito cadastros para exercerem seu direito ao voto, agora garantido pela Constituição promulgada em 1988. Segundo a reportagem,

no domingo dia 6, se encerrou o prazo de cadastramento para os jovens entre 16 e 18 anos que querem votar no próximo dia 15 de novembro. Apenas 17% dos jovens paulistas se cadastraram e apenas 14% no Rio Grande do Sul (*Veja*, nº 1091, 09 ago. 1989, p. 90).

O número de jovens inscritos foi baixo nas duas localidades expostas. Sendo São Paulo o pólo de referência no que tange a representação dos jovens de classe média, é possível levar os dados em conta. Pode-se concluir que houve um desinteresse pela política por parte da juventude, o que foi sinalizado pelos baixos índices de jovens cadastrados para exercerem sua cidadania a partir do voto. A reportagem assume um tom pessimista, e enaltece os jovens que iriam votar: “embora decepcionante, o contingente de jovens que se propõem a votar desfila na vanguarda da cidadania” (*Veja*, nº 1091, 09 ago. 1989, p. 90).

Já na década de 1990, mais precisamente em 1995, a política ganha um pequeno destaque na reportagem “O planeta teen” (*Veja*, nº 1388, 19 abr. 1995, p. 107) num infográfico, um quadro ao centro da página representado por duas setas, uma indicando assunto em alta na juventude e outra os assuntos em baixa (Figura 1).

Figura 1 - Infográfico sobre o que estava “em alta” e “em baixa” entre os jovens



Fonte: *Veja*, nº 1388, 19 abr. 1995, p. 107

A política parece como uma demanda em baixa entre os jovens, juntamente com livros, teorias sociológicas, religiosidade, ídolos políticos e reflexão. Em contraponto às demandas em baixa, o que estava em alta entre os jovens, segundo o infográfico eram as seguintes categorias: a arte, revistas, tv, esoterismo, artistas e comunicação.

2.2 A DÉCADA DE 1990

Ao final da década de 80 nem o Brasil nem o mundo eram mais os mesmos.

Ronald Reagan, nos Estados Unidos, e Margareth Thatcher, na Inglaterra, políticas diplomáticas e militares ofensivas. No fim da década, caiu o Muro de Berlim e, em 1991, desintegrou-se a URSS. Na Europa Ocidental, núcleo histórico das propostas de Estado de Bem-Estar Social, os partidos socialistas recuavam sob ofensiva das ideias liberais (REIS, 2014, p. 10).

Com o fim da guerra fria, o modelo neoliberal de governo ganhou força pelo mundo, alavancando o processo conhecido como globalização econômica. No Brasil, a Constituição de 1988, “a Constituição-cidadã, como a chamou Ulysses Guimarães, resistira àquela onda” (REIS, 2014, p. 110). A influência da globalização no Brasil demarcou também a adoção de um modelo

econômico que visava à mínima intervenção do Estado na economia, chamado de Neoliberalismo. Com isso, intensificou-se o processo de privatizações das empresas estatais e a intensa abertura para o capital externo (REIS, 2014).

O Brasil também deixou de ser denominado como país de terceiro mundo, uma vez que essa divisão deixou de ser adotada. Passou-se a dividir o mundo em países do Norte (desenvolvidos) e países do Sul (subdesenvolvidos). O que não mudou foi a dependência econômica e a condição de subdesenvolvimento em que o país se encontrava (HOBSBAWM, 1996).

Com a abertura de capitais, houve maior inserção das indústrias e companhias multinacionais no Brasil. Elas aqui se instalaram para ampliar o seu mercado consumidor e, também, para buscar mão de obra barata e maior acesso às matérias-primas. O processo produtivo se fazia em outros países e apenas a montagem dos produtos era feita nacionalmente (BOCCHI; BORGES; LACERDA; MARQUES; REGO, 2010).

O intuito das empresas era driblar os impostos alfandegários e diminuir os custos de produção, uma vez que a mão de obra em países subdesenvolvidos como o Brasil era mais barata que nos países desenvolvidos. Isso acarretou uma maior produção de empregos, porém com condições de trabalho mais precarizadas. Mesmo com as ofertas de empregos advindas das multinacionais instaladas no país, era “cada vez mais difícil tanto ingressar como voltar ao mercado de trabalho” (QUADROS, 2003, p. 110) por conta da precarização trabalhista advinda de ideais neoliberais.

Em linhas gerais, o que se pôde observar com a globalização do Brasil foi a construção de uma contradição: de um lado, o aumento de emprego e a produção e venda de maior número de aparelhos tecnológicos, já do outro, o aumento da precarização do trabalho e da concentração de renda, sobretudo nos anos 1990 e início dos anos 2000 (SCHWARCZ; STARLING, 2015).

Na primeira eleição direta após o regime militar, em 1989, Fernando Collor de Mello, representante de políticas neoliberais, chegou ao poder, vencendo as eleições contra Luiz Inácio Lula da Silva. Contribuiu para isto o seu discurso salvacionista e moralizante, “aliando poder de comunicação com a capacidade de suscitar admiração e adesão em distintas classes e setores sociais, mesmo com interesses antagônicos” (REIS, 2014, p. 113).

Já eleito, em 15 de março de 1990, Collor anunciou um pesado plano econômico. O “Plano Collor” contava com uma série de medidas que objetivavam o controle da inflação e a

reestruturação do Estado. A mais polêmica delas foi o confisco por 18 meses dos depósitos bancários em contas correntes, aplicações financeiras e em cadernetas de poupanças. “No dia seguinte, a inflação deu lugar à deflação, criando-se uma sensação de euforia” (REIS, 2014, p. 113), sensação essa que perdurou por pouco tempo, pois a inflação retornou bastante intensa.

A recessão na economia gerou uma insatisfação popular que foi potencializada a partir de uma série de escândalos de corrupção envolvendo o governo Collor, como o “esquema Collor-PC”, revelado a partir de entrevista concedida à imprensa pelo irmão do presidente, Pedro Collor. Foram apontadas irregularidades financeiras, tráfico de influências, existência de contas bancárias fantasma, ou seja: uma vasta rede de corrupção que era comandada pelo ex-tesoureiro da campanha presidencial Paulo César Farias. Ele seria responsável por receber altas somas de dinheiro de grandes empresários para liberar verbas para o governo e para o pagamento de despesas pessoais do então presidente.

A administração de Collor mais tarde levaria milhares de jovens, mobilizados por uma forte campanha de mídia, a criarem o movimento “Caras Pintadas” que pediram seu *impeachment*. O “caçador de marajás”, como foi apelidado durante sua campanha, frustrou todas as expectativas nele depositadas. Em 1992, Collor sofreu o processo de impeachment, renunciando à presidência logo depois e perdendo seus direitos políticos por oito anos (SCHWARCZ; STARLING, 2015).

Itamar Franco, vice presidente de Collor, assumiu a presidência “com o Brasil atolado numa situação calamitosa” (SCHWARCZ; STARLING, 2015, p. 496), num momento em que a inflação atingia a todas as classes sociais, gerando uma onda de desemprego e violência. A estabilidade econômica veio com o Plano Real, de 1994, que igualava a paridade da moeda e do dólar por meio de uma banda cambial. O Ministro da Fazenda, que implementou o Real, Fernando Henrique Cardoso, se elegeria presidente por duas vezes seguidas ainda na década de 1990, se reelegendo após mudar a Constituição (SCHWARCZ; STARLING, 2015).

FHC conseguiu para a sua eleição à presidência o apoio total do PSDB, do PFL, do PTB (que o apoiou nas duas eleições presidenciais), do Partido Progressista Brasileiro — PPB (atual PP) e de parte do PMDB, e conseguiu manter estes apoios nos seus 8 anos de governo, o que deu relativa estabilidade política ao Brasil neste período (REIS, 2014). No entanto, o sistema de bandas cambiais mostrou fragilidades ao fim da década de 1990, tendo impactos no aumento da

pobreza. Com as reservas cambiais comprometidas, a moeda tornou-se flutuante em janeiro de 1999, após não suportar as pressões especulativas junto à crise russa de 1998 (REIS, 2014).

Após a interrupção do mandato do primeiro presidente civil eleito diretamente após uma ditadura militar de 21 anos, “o Brasil experimentava o paradoxo de ser um país onde a democracia convivia com a injustiça social” (SCHWARCZ; STARLING, 2015, p. 496). Os jovens de classe média representados nas revistas pareciam alheios a situação calamitosa do país, pois, segundo as publicações, nesse recorte que abrange as décadas de 1980 e 1990, a faixa etária era representada como despreziosa, como no seguinte trecho:

Além do hedonismo, seu comportamento é norteado por uma pesada dose de individualismo [...] bem visível dentro de casa. [...] A família estimula esse sentimento de independência. O jovem tem sua própria televisão, seus próprios CDs, pode preparar sua comida no microondas. São esquemas individuais na casa dos pais (*IstoÉ*, nº 1287, 01 jun. 1994, p. 56).

Enquanto outras juventudes enfrentavam as consequências da crise instaurada no país, sendo vítimas de violência, como os jovens moradores de rua que foram vítimas da Chacina da Candelária, em 1993, ou não conseguindo se inserir no mercado de trabalho por conta dos altos índices de desemprego (SCHWARCZ; STARLING, 2015), a juventude de classe média tinha condições financeira de consumir produtos como televisores e microondas numa escala individual. A desigualdade social, no que tange as juventudes, era evidente.

2.2.1 Os caras-pintadas

O movimento dos “caras-pintadas” surgiu em agosto de 1992. Suas raízes, porém, devem ser analisadas desde a década anterior, em especial o ano de 1989, que marcou a eleição de Fernando Collor. Parte considerável da juventude optou, no entanto, por Collor, que representava grupos conservadores e da elite tradicional. A preferência por Collor estava ligada à tendência juvenil de buscar o novo, a modernização da sociedade e Fernando Collor fundou toda sua estratégia eleitoral na modernização do país (DIAS, 2008). Collor, que “recebeu o voto de milhões de jovens, que estreando no cenário político sentiram-se traídos ao perceberem que apesar do discurso modernizante e inovador, Collor representava, na realidade, a velha política tradicional de favorecimento e corrupção” (DIAS, 2008, p. 2) viu sua rejeição aumentar impulsionada pelas manifestações.

A reportagem “A força da galera” tem como subtítulo: “a geração Coca-Cola deixa os shoppings, vai às ruas e lidera com bom humor o movimento a favor do *impeachment* de Collor” (*IstoÉ*, nº 1196, 02 set. 1992, p. 32). Em seu próprio subtítulo, a reportagem faz referência a uma parcela da juventude intitulada “geração Coca-Cola”²² que frequentava os shoppings dos centros urbanos e que foi às manifestações. O artigo, apesar de focar no papel político da juventude, tem trechos de fala de jovens que corroboram para a representação de uma juventude consumista, como por exemplo no seguinte trecho: “Eu era uma patricinha, que gosta de Coca-Cola e hambúrguer, e vivia em shopping centers” (*IstoÉ*, nº 1196, 02 set. 1992, p. 32).

Ao mesmo tempo em que os jovens representados aparecem como decididos a respeito de seus futuros, a geração jovem ativamente política dos anos 1960 é usada como recurso narrativo da reportagem que disserta acerca das passeatas a favor do impeachment do presidente Fernando Collor; “a festa pró-impeachment desmentiu aqueles que a tachavam [a juventude] de alienada” (*IstoÉ*, nº 1196, 02 set. 1992). O engajamento político da geração de 68 é destacado em falas de jovens ao longo da reportagem. A carioca Rita Palmeira, com 17 anos na época e moradora de um bairro de classe média do Rio de Janeiro, afirmou: “admiro a luta política da geração de 68, mas acho que somos menos amargos e temos mais humor e criatividade” (*IstoÉ*, nº 1196, 02 set. 1992, p. 34). Para Zuenir Ventura, que tem um texto intitulado “A sucessão”, publicado na edição especial 1311 da revista *Veja*, “quando os caras-pintadas surgiram, a primeira preocupação dos observadores foi procurar semelhanças entre as duas gerações [anos 60 e anos 90], assim como quem espera encontrar no filho os traços do pai” (*Veja*, nº 1311A, 27 out. 1993, edição 1311 A, p. 119).

As comparações com a juventude revolucionária da década de 1960 é um recurso narrativo comum na construção de uma noção de juventude que abrange as décadas de 1980 e 1990. A década de 60 é marcada por bandas de rock como os Beatles e os Rolling Stones; os anos 80 tem um série de reportagens que faz referência ao rock de consumo das bandas do rock nacional, dentre as quais faziam sucesso na época: “Legião Urbana, Titãs, Paralamas do Sucesso ou Cazuza - com letras nem sempre politizadas” (*IstoÉ*, nº 1196, 02 set. 1992, p. 33). Tal

²² Tal nomenclatura veio da música de 1984 com mesmo nome composta por um dos expoentes do rock nacional dos anos 1980, Renato Russo. Segundo Aline Rochedo, a música “marca a passividade da sua geração onde os sujeitos estavam submetidos a uma situação de opressão [...] e a presença do domínio da cultura americana” (ROCHEDO, 2012, p. 2)

comparação, entre os gostos musicais das duas gerações, foi exposta na reportagem “A força da galera” (*IstoÉ*, nº 1196, 02 set. 1992), na qual o movimento dos caras pintadas é analisado.

Na reportagem da *IstoÉ* que analisa as manifestações, separações entre a representação de juventude voltada ao movimento estudantil são frequentes,

a juventude envolvida nos protestos se descolava totalmente da representação de jovens voltada ao movimento estudantil; por trás das caras pintadas dos jovens que tomaram as avenidas e praças contra Collor na semana passada, há, no entanto pouca semelhança com os sisudos líderes que lutaram contra a ditadura, nas ruas ou na clandestinidade. Os militantes de hoje preferem ser chamados de galera, recusam-se a empunhar bandeiras de partidos políticos e fazem questão de misturar sua indignação a uma surpreendente capacidade de estar alegre (*IstoÉ*, nº 1196, 02 set. 1992, p. 32).

Ao mesmo tempo em que as comparações com a juventude transgressora da década de 1960 são um recurso narrativo nessa reportagem por conta do contexto político do momento, tais comparações são parte primordial da construção de uma representação de juventude de classe média feita pelas revistas.

Um clima despretenso e alegre era comum nas fotografias expostas nas reportagens e, segundo tais: “o que se viu nas dezenas de passeatas realizadas nos últimos dias em todo o país poderia ser confundido com uma imensa festa ao ar livre. Ninguém se envergonhou de paquerar enquanto algum líder discursava” (*IstoÉ*, nº 1196, 02 set. 1992, p. 32). Os jovens, segundo a reportagem, queriam participar da História indo às manifestações; “a emoção de participar de um momento histórico justifica [...] a euforia de quem está nas ruas” (*IstoÉ*, nº 1196, 02 set. 1992, p. 35).

A chamada “festa pró-impeachment” (*IstoÉ*, nº 1196, 02 set. 1992, p. 32) reuniu diversas juventudes em prol de objetivos em comum, que iam desde a diversão até o exercício do direito de manifestação garantido pela Constituição de 1988. Segundo a reportagem da revista *IstoÉ* “a manifestação se repete em diferentes cidades do país, independente da origem ou da classe social dos estudantes” (*IstoÉ*, nº 1196, 02 set. 1992, p. 36).

Um fato interessante que está presente nas duas reportagens que analisam as manifestações, tanto na *Veja* quanto na *IstoÉ*, é a referência à série da Rede Globo Anos Rebeldes. A minissérie, que era exibida em rede nacional no mesmo período das manifestações, segundo as reportagens, servia de inspiração para essa juventude que não enfrentou um regime militar. Seu enredo dizia respeito a um grupo de jovens de classe média que estudaram juntos nos anos 1960, sendo que alguns deles se envolviam com a militância estudantil contra o regime

ditatorial vigente. Segundo Dias: “Fictícia [a minissérie], porém, com pretensão de documentário histórico, mostrava a luta estudantil contra a ditadura militar de forma extremamente “romanceada”. Os “mocinhos”, estudantes, lutavam até a morte pelo “bem” do país” (2008, p. 5).

Quando as manifestações começaram, a série teria se tornado uma inspiração para os jovens manifestantes, uma vez que ambas as revistas exaltaram os jovens caras-pintadas fazendo referência à minissérie da Rede Globo. Para Roberto Abdala Junior:

a obra ofereceu um olhar aos processos experimentados pela sociedade brasileira nas décadas anteriores, articulando-os numa narrativa fácil de ser compreendida pelo “grande público” e, nessa medida, também passível de compor a “cultura histórica” de época sobre a ditadura, servindo, inclusive, de orientação às ações no presente. (ABDALA JUNIOR, 2012, p. 99)

Dessa forma, partindo da noção de que o “grande público” formado pelos estudantes revisitou o passado repressivo da ditadura militar a partir da minissérie, as revistas criaram suas narrativas em torno do movimento. Assim, os estudantes “ao revisitar este passado traumático da sociedade brasileira por meio da teleficção poderiam atribuir à história novos significados, tomando-a — a história e não a obra — como inspiração/ referência para suas ações no presente” (ABDALA JUNIOR, 2012, p. 95). Tal justificativa, de que a minissérie inspirou as manifestações, também foi utilizada pelas revistas.

Segundo a reportagem da *Veja* que analisava as manifestações, intitulada “Alegria, alegria” (*Veja*, nº 1248, 19 ago. 1992) as passeatas “foram momentos poéticos, nos quais se confundiram ficção e realidade, passado e presente, a minissérie Anos Rebeldes e a CPI de PC” (*Veja*, nº 1248, 19 ago. 1992, p. 18).

Referências a uma volta da rebeldia que era emblemática nos anos 1960 mas, segundo as revistas, não era comum aos jovens dos anos 1990 apareceram na reportagem da revista *Veja*. Para além disso, as manifestações seriam ainda uma aglutinadora das diferentes tribos urbanas, como é visível no seguinte trecho:

A rebeldia juvenil está de volta, juntando mauricinhos e militantes, skatista e esquentados. Em Brasília a disputa política encalacrrou num intrincado jogo de interesses, com senhores engravatados trocando favores sórdidos ressuscitando a velharia do é-dando-que-se-recebe, e engavetando os valores fundamentais da justiça da ética e a moralidade. Enquanto isso, no Rio e em São paulo, uma garotada bonita bem humorada, habituada a frequentar shopping centers e curtir praia entendeu muito bem o que está se passando nas altas esferas de poder (*Veja*, nº 1248, 19 de ago. 1992, p. 18).

Antes do impeachment, o movimento estudantil, segundo as publicações, não era de interesse dos estudantes como foi nos tempos da ditadura. As reportagens ilustraram bem essa

mudança na relação dos estudantes com o movimento social como no seguinte trecho: “antes da causa do impeachment, difícil era juntar meia dúzia de gatos-pingados para uma assembleia escolar” (*IstoÉ*, nº 1196, 02 set. 1992, p. 36).

O ceticismo com relação ao futuro que se instaurava no meio juvenil era também resultado do contexto da época. Segundo a pesquisadora da Fundação Carlos Chagas, Felícia Moreira, que tem seu trecho de fala utilizado na reportagem da *IstoÉ* “na última década, essa faixa etária [jovem] cresceu 34%, mas não surgiram condições de educação ou trabalho para essa juventude. Essa preocupação individual pode estar empurrando os estudantes às ruas” (*IstoÉ*, nº 1196, 02 set. 1992, p. 36). Ou seja, segundo a reportagem, que trouxe a fala de uma pesquisadora para compor sua narrativa, os jovens iam nas manifestações também por aspirações individualistas e preocupação com o futuro.

Uma outra reportagem da revista *IstoÉ*, intitulada “Meu destino é ser star” (*IstoÉ*, nº 1229, 21 abr. 1993) foi produzida oito meses após as manifestações pró impeachment e trazia dados de pesquisas de marketing sobre o movimento dos caras pintadas.

intitulada Projeto Cara Pintada, esta pesquisa veio para confirmar dezenas de outros levantamentos feitos pelas agências de publicidade na virada da década e que pareciam estar sendo desmentidas pelas passeatas do ano passado. “Nosso contato diário com adolescentes mostrava que o alarde feito pela mídia em torno da participação política da juventude não batia com as aspirações que eles demonstravam na escola” afirma o diretor do Colégio Bandeirantes em São Paulo (*IstoÉ*, nº 1229, 21 abr. 1993, p. 34).

Dentre os jovens entrevistados, a maioria dos que se consideravam caras pintadas não tinham ideias parecidas. Segundo a pesquisa MPM: Lintas²³, 40% dos jovens se declararam ser de centro, 9% de extrema direita e 9% de extrema esquerda. Quase metade deles, 43%, defendiam a separação de São Paulo do resto do país, revoltada com imigrantes que tiram seus empregos na maior metrópole do Brasil. “Conservadores, 65% deles defendem a pena de morte, uma convicção presente em todos os matizes políticos” (*IstoÉ*, nº 1196, 02 set. 1992, p. 36). É a partir de indícios como os citados anteriormente que a representação criada pela revista a partir de entrevistas com jovens vai se construindo e, aos poucos vai se fazendo entender. segundo a reportagem, “explicação para esse tipo de atitude é moral, e não ideológica” (*IstoÉ*, nº 1196, 02 set. 1992, p. 36).

A juventude de classe média, “aquela que consome e forma opinião no país” (*IstoÉ*, nº 1229, 21 abr. 1993, p. 34), nos anos 1980 e 1990, representava uma mudança no padrão de

²³ Nome adotado pela agência de publicidade MPM após sua compra pelo grupo norte-americano Interpublic.

comportamento jovem. Os jovens, até então sempre relacionados com a transgressão e às mudanças, agora tinham objetivos que os aproximava dos adultos, num momento em que “a novidade agora é que não há idealismo” (*IstoÉ*, nº 1229, 21 abr. 1993, p. 35).

3 REPRESENTAÇÕES IMAGÉTICAS DE JUVENTUDE

Neste capítulo as representações de juventude serão analisadas com mais profundidade a partir da análise de imagens veiculadas nas reportagens que fazem parte do corpus documental da presente pesquisa. As fontes para esta discussão serão as imagens que integram as reportagens publicadas nas revistas e doze capas no qual as juventudes foram a temática central. Os jovens que ganharam destaque nas capas e nas imagens são majoritariamente brancos e, na maioria das vezes, estavam sempre vestidos com o que as revistas indicavam serem as “roupas da moda”.

Os produtos que a juventude consumia, de acordo com as representações de jovens veiculadas nas reportagens, podem ser analisados como um indicativo do poder de consumo desta faixa etária, uma vez que, segundo as reportagens, a mesada desses jovens totalizava mais de um bilhão de dólares²⁴. A partir de tal análise, pretende-se compreender a construção de uma noção de juventude homogênea em que os jovens de classe média, representados como consumistas, conservadores e individualistas eram vistos como os representantes máximos da faixa etária.

No que tange o individualismo, segundo as revistas, a partir da década de 1980, a juventude passa a pensar no individual em detrimento do coletivo. No recorte das duas décadas é perceptível como tal representação é forte nas reportagens, uma vez que a juventude dos anos 1980 e 1990 é representada como desinteressada pelo movimento estudantil, movimento social mais representativo no que tange a juventude. Simultaneamente a ascensão de uma representação individualista dos jovens, o conceito de tribos urbanas, na década de 1990, colocava em xeque a premissa de que os jovens não se organizavam em grupos, grupos esses pautados principalmente por hábitos de consumo.

Tal representação individualista é pautada em comparações com a imagem que se consolidou em relação a juventude da década de 1960, considerada como combativa em decorrência principalmente da luta contra a ditadura levada a cabo pelo movimento estudantil²⁵. Em relação aos jovens que se mobilizaram coletivamente contra a ditadura que tirou o direito de liberdade de expressão dos brasileiros, os jovens dos anos 1980 e 1990 são representados como desmobilizados e interessados em seu próprio futuro, futuro esse que seria garantido a partir da formação de uma família e do trabalho.

²⁴ Dados presentes na reportagem “Consumir é curtir” (*IstoÉ*, nº 1287, 01 jun. 1994).

²⁵ O movimento estudantil é amplamente estudado na historiografia e nas humanidades em geral, por conta disso, a temática não foi desenvolvida na presente pesquisa.

A escolha das imagens como fonte de análise para compreender a construção de uma representação se fez de extrema importância, visto que as imagens das reportagens, bem como as capas, auxiliaram na composição da noção de juventude perpetuada pelas publicações.

Mesmo com poucos teóricos dentro da historiografia que discutem as imagens como fonte principal de análise, a História do Tempo Presente foi útil justamente pela possibilidade de diálogos teóricos-metodológicos com outras áreas. Dessa forma, o jornalismo e as noções de fotojornalismo e fotografias de notícias foram a base da análise.

O fotojornalismo é uma categoria de classificação de imagens jornalísticas que são categorizadas entre notícias (englobando os subgêneros das spot news e das notícias em geral), features, retrato, ilustrações fotográficas, paisagem e histórias em fotografias ou picture stories (que engloba os subgêneros das fotorreportagens e dos foto-ensaios, podendo misturar fotografias de várias das categorias anteriores) (SOUSA, 2004). Ainda, segundo Sousa,

A identificação de um gênero fotojornalístico passa, por vezes, pela intenção jornalística e pelo contexto de inserção da(s) foto(s) numa peça. O conteúdo e forma do texto são, assim, essenciais para explicitar o gênero fotojornalístico (não se pode esquecer que o fotojornalismo integra texto e fotografia) (2004, p. 111 e 112).

Ou seja, uma fotografia jornalística pode ser classificada de diferentes formas de acordo com a sua produção e concepção, podendo ainda estar suscetível às intenções jornalísticas.

No caso das imagens analisadas no presente capítulo, grande parte das mesmas são retratos²⁶ e segundo Sousa, tal tipografia de fotojornalismo existe “porque os leitores gostam de saber como são as pessoas que aparecem nas histórias” (SOUSA, 2004, p. 121). A juventude analisada nas imagens aparecia majoritariamente em grupos²⁷ e em situações cotidianas, o que poderia despertar um interesse dos leitores que liam as reportagens, visto que dessa forma tinham acesso a imagens dos jovens das reportagens. Ao fazer retratos fotojornalísticos, a tarefa do fotojornalista “consiste em procurar não apenas mostrar a faceta física exterior da pessoa ou do grupo em causa mas também em evidenciar um traço da sua personalidade (individual ou colectiva, respectivamente)” (SOUSA, 2004, p. 121). A partir de imagens, o leitor ficaria mais envolvido com as histórias e os trechos de fala dos jovens expostos.

²⁶ Apenas nas reportagens que diziam respeito às passeatas dos caras-pintadas as fotografias fotojornalísticas analisadas eram fotografias de notícias, em todos os outros casos eram fotografias de retrato.

²⁷ Segundo Sousa (2004), existem dois tipos de retratos fotojornalísticos, o retrato individual e o retrato de grupo, que podem ainda diferenciar-se entre retratos ambientais e não-ambientais.

Na historiografia, o uso de imagens como fonte documental ainda é um campo que ainda pode ser mais explorado, uma vez que, para os historiadores, o documento escrito ganha preferência por ser muito mais pragmático e tem um aporte teórico-metodológico muito mais desenvolvido (BORGES, 2011). Quando utilizadas em textos, muitas vezes as imagens tornam-se apenas ilustrações e não tem seu potencial explorado. Segundo Ulpiano Meneses, quando materiais imagéticos não tem suas análises incorporadas no corpo do texto, contemplamos “o desperdício de um generoso potencial documental” (MENESES, 2003, p. 21).

A importância do fotojornalismo para a historiografia diz respeito a fronteiras não exploradas em análises históricas, uma vez que imagens veiculadas pela imprensa podem trazer muitas informações enriquecedoras para pesquisas historiográficas, pois “em certas ocasiões, as imagens têm maior impacto do que as palavras” (SOUSA, 2004, p. 135). Historiadores que usam o fotojornalismo como fonte devem estar atentos as motivações das fotografias, visto que, tal qual qualquer material produzido pela imprensa, as fotografias podem ter intenções jornalísticas (SOUSA, 2004).

As imagens que compõem as reportagens analisadas são extremamente importantes para compreensão da construção da representação de uma juventude de classe média. A fotografia é uma espécie de máquina do tempo (KOSOY, 2005) pois a captura de imagens permite ao leitor o acesso a um cotidiano passado. Ao dar destaque para uma análise voltada às fotografias que compõem as reportagens, é possível entrar em contato com as representações visuais da juventude que as revistas procuravam construir.

A partir das fotografias que ilustram as reportagens, “constatamos então *uma relação* entre as imagens, algo em comum entre elas, certos elementos que as conectam” (KOSOY, 2005, p. 37). Ou seja, os jovens que tinham suas imagens veiculadas nas reportagens faziam parte de um plano editorial das revistas, plano este que procurou criar uma representação uniforme de juventude a partir das fotografias.

Os significados que as imagens carregam vão muito além dos personagens protagonistas das fotografias; segundo Kosoy (2005), sempre criamos novas realidades através de iconografias. Portanto, levar em consideração o corpo editorial das revistas, tal como os fotógrafos responsáveis pelas imagens é essencial, assim como elementos técnicos, como iluminação, jogo de cores e o local da fotografia. A manipulação do conteúdo iconográfico é inerente à construção da imagem fotográfica. De acordo com Kosoy,

Nos conteúdos dos documentos fotográficos se agregam e se mesclam informações e interpretações: culturais, técnicas, estéticas, ideológicas e de outras naturezas que se acham codificadas nas imagens. Essas interpretações e/ou intenções são gestadas (antes, durante e após a produção da representação) em função das finalidades a que se destinam as fotografias, e refletem a mentalidade de seus criadores” (KOSOY, 2005, p. 39).

Ou seja, o ponto de vista dos criadores de conteúdo jornalístico, na maioria das vezes, irá se sobressair para além do texto escrito. Desta forma, as imagens que compõem as reportagens tornam-se uma rica fonte de pesquisa historiográfica.

As fotografias de jovens nas décadas de 1980 e 1990, mesmo não sendo mais atuais, uma vez que todos os jovens fotografados para as reportagens agora são adultos, ainda são carregadas de significações. Segundo Kosoy, “as fotografias seguem sendo interpretadas muito depois de realizadas” e, com o tempo, “ao longo de suas trajetórias oscilam de significados de acordo com a ideologia de cada momento e a mentalidade de seus usuários” (KOSOY, 2005, p. 39).

A juventude que aparece nas imagens condizia com uma pequena parcela da população brasileira, e as imagens das reportagens corroboravam para uma construção homogênea dos integrantes desta faixa etária. Mesmo sendo um instrumento com diversas potencialidades - “inventariar, mostrar, evidenciar, denunciar”(KOSOY, 2005, p. 39) - a fotografia funciona como uma ferramenta de propaganda. De acordo com Kosoy (2005, p. 39) “o documento fotográfico se presta à denúncia social como também à publicidade”. A partir das fotografias entramos em contato com o cotidiano de uma época passada para além da descrição escrita, com a qual o historiador já está habituado, tornando-se assim um rico material de pesquisa historiográfica, uma vez que “diálogos e silêncios permeiam nossa relação com as imagens” (KOSOY, 2005, p. 41). Assim como qualquer fonte, toda fotografia tem uma história por trás de seu resultado final. Segundo Kosoy (2005, p. 41),

Se, enquanto *documento*, ela é um instrumento de fixação da memória e, nesse sentido, nos mostra como eram os objetos, os rostos, as ruas, o mundo, ao mesmo tempo, enquanto *representação*, ela nos faz imaginar os segredos implícitos, os enigmas que esconde, o não manifesto, a emoção e a ideologia do fotógrafo”

3.1 A JUVENTUDE NAS CAPAS DAS REVISTAS

A capa de uma revista é o seu convite ou apelo ao leitor, uma vez que os conteúdos ali presentes destacam o principal daquela edição. Analisar a comunicação visual e a concepção

gráfica das revista nos possibilita “verificar qual realidade a revista ajudou a difundir e qual imagem do mundo foi projetada” (VARGAS; AZEVEDO; SANTOS; JOHN, 2015, p. 2) pelo periódico estudado. No caso de *IstoÉ* e *Veja*, revistas de grande circulação no país, as capas norteavam a agenda do que deveria ser priorizado por seus leitores.

Para Scalzo (2003), não há boa revista sem uma boa capa. Esta ajuda a conquistar leitores e convencê-los a levar a revista para casa. Para os exemplares vendidos em banca, a capa é o elemento persuasivo principal para a aquisição da publicação. Scalzo afirma que a capa deve ser “o resumo irresistível de cada edição, uma espécie de vitrine para o deleite e a sedução do leitor” (SCALZO, 2003, p. 62).

John e Eberle (2010), a partir de uma análise das capas da revista *Veja*, da primeira edição até ao número 2000, de 1968 a 2007, tecem algumas considerações sobre a revista:

A partir das imagens da capa podemos dizer que o Brasil de *Veja* é um Brasil predominantemente masculino, adulto e branco e as personagens que marcam nosso cotidiano são pessoas públicas e/ou famosas. O que mais chama a atenção é a baixíssima visibilidade afro-descendente, num país que tem a segunda maior população negra do mundo bem como a quase inexistência de protagonismo feminino (JOHN; EBERLE, 2010, p. 66)

Como as próprias autoras destacam, a juventude, assim como mulheres e negros, não é uma temática amplamente abordada pela revista, uma vez que homens adultos predominam nas capas. Tal informação foi percebida a partir da observação da temática mais comum nas capas da revista *Veja*, que no recorte analisado por John e Eberle (2010), era a política, que é representada majoritariamente por homens brancos e adultos.

A década de 1990, entre os artigos selecionados, foi o recorte com o maior número de reportagens e, segundo a análise de John e Eberle (2010), foi nos anos 1990 que capas voltadas para a seção comportamento da revista *Veja* ganharam o maior destaque no recorte, ocupando um total de 14%. No que tange a temática da juventude de classe média dos grandes centros urbanos, as reportagens que se encaixavam dentro da temática de comportamento são a grande maioria em ambas as revistas, e também encontram-se majoritariamente concentradas na década de 1990.

Numericamente falando²⁸, entre as reportagens selecionadas para a composição da presente pesquisa, na revista *Veja*, doze das reportagens são destaque central das capas. Já na revista *IstoÉ*, que tem um volume menor de reportagens, apenas dois artigos jornalísticos que

²⁸ Em alguns casos da revista *Veja*, dois mais especificamente, as capas não fizeram menção direta ou indireta a juventude, portanto, não foram analisadas. Mesmo esses três casos em que a juventude não é temática da capa, suas respectivas reportagens dissertam sobre a faixa etária.

fizeram referência a juventude de classe média foram capa. No caso da revista *IstoÉ* é importante destacar que sete das reportagens ganharam um destaque secundário, formado por pequenas tarjas com o título das matérias nos cantos das capas.

Tais destaques, apesar de não serem o foco principal das capas, eram evidências de que a temática jovem era usada como artifício para chamar a atenção dos leitores. A tarja lateral nas capas das revistas era um recurso comumente utilizado por *Veja* e *IstoÉ* para dar destaque a outra reportagem da revista além do artigo que recebia destaque central na capa, como no exemplo abaixo da revista *IstoÉ* em que as manifestações dos caras-pintadas em 1992 apareceram como destaque secundário no canto superior esquerdo da capa.

Figura 2 - Exemplo de capa com destaque secundário

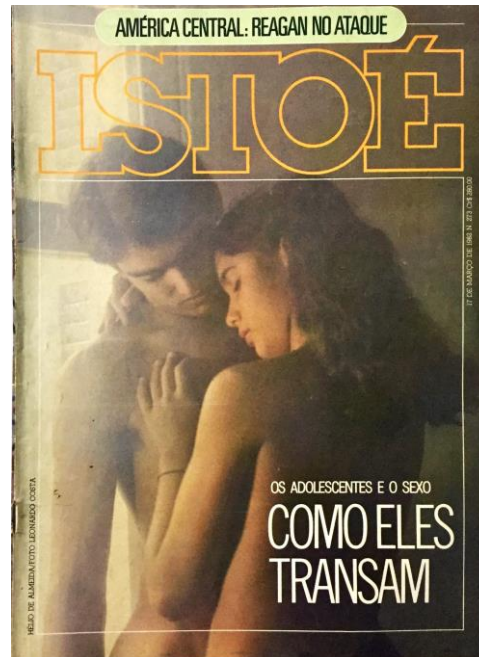


Fonte: *IstoÉ*, nº 1196, 2 set. 1992

Com relação ao conteúdo imagético das reportagens que foram capas das revistas, as mesmas podem ser divididas entre ilustrações e/ou desenhos ou fotografias. Do total de doze capas de ambas as revistas, das quais sete foram analisadas, nove são fotografias e três são ilustrações. Para criar uma representação da juventude de classe média, a fotografia era o principal recurso das revistas.

Na revista *IstoÉ*, a primeira capa (Figura 3) que ilustra a juventude de classe média retratou dois jovens brancos, um homem e uma mulher, aparentemente nus e abraçados. O título que acompanha a fotografia é o seguinte: “Os adolescentes e o sexo - Como eles transam” (*IstoÉ*, nº 273, 17 de mar. 1982), com a segunda frase ganhando destaque em fontes maiores.

Figura 3 - Capa da edição nº 273 da revista *IstoÉ*



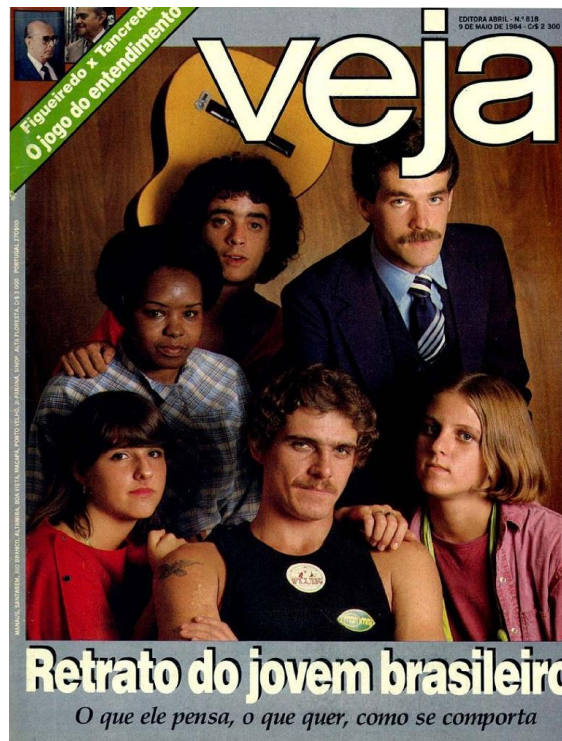
Fonte: *IstoÉ*, nº 273, 17 de mar. 1982

É interessante perceber como a claridade interfere na imagem, numa alusão, ao que parece ser, à desmistificação da vida sexual juvenil. Uma vez que adultos eram o público leitor majoritário de ambas as revistas, como pais, teriam acesso a uma reportagem que teve como foco explicitar a vida sexual de adolescentes, um assunto que tanto na década de 1980 quanto atualmente, é um grande tabu.

A segunda e última capa da revista *IstoÉ* (Figura 4), já na década de 1990, tem enfatizada em sua primeira página uma jovem branca, grávida e sorridente, com sua barriga a mostra. Acompanhando o perfil da barriga, a chamada da reportagem: “grávida aos 15”. No subtítulo a explicitação de uma questão que afeta muitas meninas brasileiras: “Rosemilda Ribeiro, oito meses de gravidez: uma entre um milhão de meninas brasileiras que são mães” (*IstoÉ*, nº 1301, 07 de set. 1994).

dentre as quais havia uma negra. O título em destaque da edição é a frase “Retrato do jovem brasileiro” (*Veja*, nº 818, 09 mai. 1984), seguido do subtítulo “O que pensa, o que quer, como se comporta” (*Veja*, nº 818, 09 mai. 1984).

Figura 5 - Capa da edição nº 818 da revista *Veja*



Fonte: *Veja*, nº 818, 09 mai. 1984

Na imagem, os seis jovens olham para frente, quase como se estivessem encarando o leitor. Já no texto que acompanha a fotografia ficava perceptível que a edição da revista procurou ser uma espécie de guia aos leitores interessados na temática juvenil, uma vez que o subtítulo foi composto por verbos que indicavam ações feitas pelos jovens, enfatizando o que eles queriam, pensavam e como se comportavam.

A segunda capa (Figura 6), do ano de 1985, é uma edição que tem sua capa voltada para o Rock in Rio, que teve sua primeira edição no mesmo ano. A capa não tem características que fariam relação com a juventude tal qual sua reportagem equivalente no interior da revista. A única relação possível de ser estabelecida a partir da imagem é que com o título “O Brasil em tempo de rock” (*Veja*, nº 852, 02 jan. 1985), pois o rock é um ritmo musical amplamente relacionado com a juventude.

Figura 6 - Capa da edição nº 852 da revista *Veja*

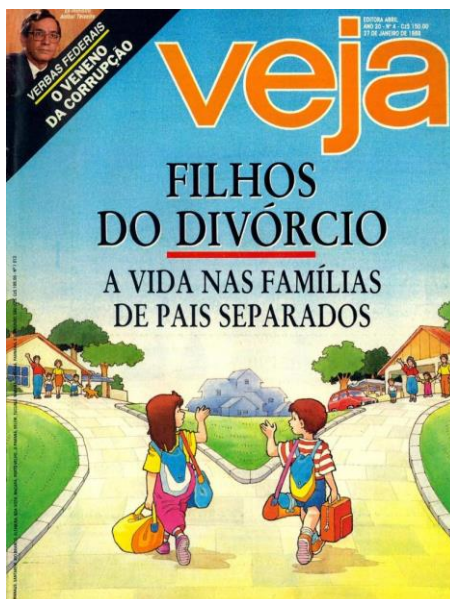


Fonte: *Veja*, nº 852, 02 jan. 1985

A capa da edição 1012 da revista *Veja*, a terceira capa a ser analisada (Figura 7), é a primeira capa composta por uma ilustração. No desenho, duas crianças são representadas, aparentemente um menino e uma menina, e cada um segue um caminho separado, o que condiz com o título em destaque “Os filhos do divórcio” (*Veja*, nº 1012, 27 jan. 1988). Ainda na capa, o subtítulo da mesma, “a vida nas famílias separadas” (*Veja*, nº 1012, 27 jan. 1988) foi um resumo do que a matéria procurou discorrer: as relações familiares num contexto em que o divórcio tornou-se algo mais comum e aceito entre a classe média.

O uso de cores vibrantes também chama atenção na capa (Figura 7), uma vez que, das capas analisadas, essa foi uma das capas com mais variação de cores, cores essas bastante vibrantes e coloridas que formam uma ilustração animada.

Figura 7 - Capa da edição nº 1012 da revista *Veja*



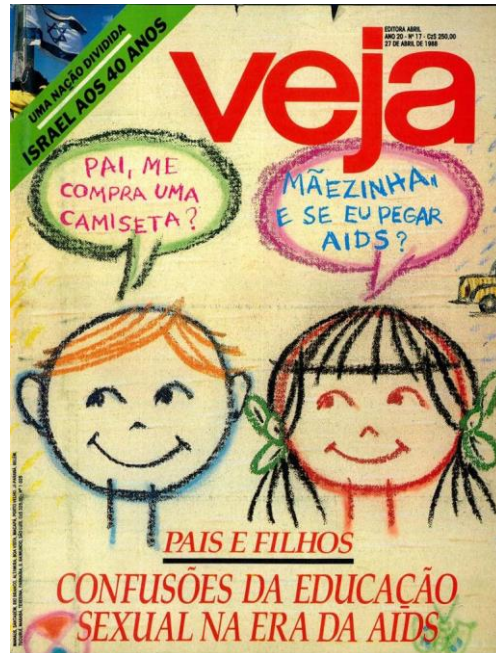
Fonte: *Veja*, nº 1012, 27 jan. 1988

A edição 1025 da *Veja* continha a quarta capa analisada (Figura 8) da revista e foi a segunda composta por uma ilustração. Teve como título as frases “Pais e filhos - confusões da educação sexual na era da AIDS” (*Veja*, nº 1025, 27 abr. 1988).

A capa era constituída pelo desenho de dois bonecos com traços que imitavam giz de cera, numa ilustração que procurava se remeter a um desenho infantil numa folha em branco. Cada um dos bonecos tem um balão com uma pergunta, o menino: “Pai, me compra uma camiseta?” (*Veja*, nº 1025, 27 abr. 1988) e a menina: “Mãezinha, e se eu pegar AIDS?” (*Veja*, nº 1025, 27 abr. 1988).

A revista fez uso de recursos como o diminutivo “mãezinha” e a imitação de um desenho infantil no que parecia ser uma forma de sensibilizar os pais da situação mais amplamente discutida na reportagem no interior da revista. O artigo jornalístico, intitulado “A idade da incerteza” (*Veja*, nº 1025, 27 abr. 1988, p. 68) trouxe a tona depoimentos de pais lidando com questionamentos de filhos crianças e adolescentes sobre a doença que assustou o mundo no período.

Figura 8 - Capa da edição nº 1025 da revista *Veja*



Fonte: *Veja*, nº 1025, 27 abr. 1988

A quinta capa analisada (Figura 9) fez referência a uma reportagem que continha dicas de um psicanalista acerca da criação de filhos. O texto que ganhou destaque na capa era composto pelas seguintes frases: “Com 50 anos de experiência, o psicanalista Bruno Bettelheim tem um grande conselho para os pais: deixem seus filhos em paz” (*Veja*, nº 1036, 13 jul. 1988).

Na fotografia da capa (Figura 9), uma menina branca lia o livro do psicanalista Bruno Bettelheim, com um olhar que pode ser interpretado como bastante atento ou curioso a suposta leitura. A seleção de uma criança lendo o livro do especialista foi curiosa, uma vez que o livro não era uma leitura infantil, e sim voltada para o público adulto. A escolha de tal reportagem para ser a capa da revista reforça um padrão já notado anteriormente: artigos jornalísticos voltados aos pais de crianças e jovens de classe média que procuravam nas revistas semanais dicas para a criação de seus filhos.

Figura 9 - Capa da edição nº 1036 da revista *Veja*



Fonte: *Veja*, nº 1036, 13 jul. 1988

Já na década de 1990, na revista *Veja*, a sexta capa (imagem 10) que estampa a temática da juventude de classe média é relacionada com a morte de uma jovem modelo. O texto em destaque foi composto pela frase “Jovens em perigo” (*Veja*, nº 1117, 14 fev. 1990) seguido do subtítulo “A morte da modelo Adriana de Oliveira expõe uma nova face da tragédia das drogas” (*Veja*, nº 1117, 14 fev. 1990).

A fotografia da capa foi composta pela imagem da jovem que havia morrido após a ingestão de diversas drogas numa festa entre amigos. A jovem da imagem era branca e sorridente; ao lado esquerdo de sua imagem havia uma espécie de ficha com seus dados (nome, idade, profissão e causa da morte).

O destaque para a frase “Jovens em perigo” expôs a intenção do uso da imagem da jovem que havia falecido: um alerta aos pais que liam a revista semanal. A morte da modelo seria uma nova face da tragédia das drogas que tinha sido exposta e merecia a atenção dos leitores. É interessante perceber como na década de 1990 as drogas são uma pauta frequente no que tange a jovens das camadas médias brasileiras, algo que não era usual na década de 1980.

Figura 10 - Capa da edição nº 1117 da revista *Veja*



Fonte: *Veja*, nº 1117, 14 fev. 1990

Uma outra capa da década de 1990, sétima publicada pela revista *Veja* que teve como foco os jovens da década de 1990, foi a da edição 1154 (Figura 11), composta por uma série de reportagens a respeito dos jovens brasileiros formada por cinco reportagens. Na fotografia, cinco jovens foram representados no que parecia uma alusão às tribos urbanas. Dois dos jovens são homens e três são mulheres, todos brancos, com exceção da jovem negra deitada a frente da imagem representando ao que parece ser a tribo dos roqueiros.

A adolescente no centro da fotografia parece ser uma representante das patricinhas e o jovem de ponta cabeça com um skate, simboliza os skatistas. Os demais jovens, além da roqueira e dos outros dois citados acima, não tem características identificáveis em suas vestimentas ou gestos.

Figura 11 - Capa da edição nº 1154 da revista *Veja*



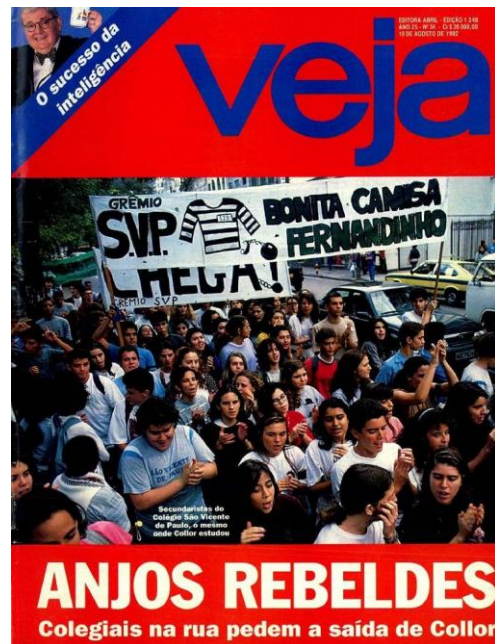
Fonte: *Veja*, nº 1154, 31 out. 1990

O texto que ganhou destaque na capa foi escrito em branco sobre uma tarja vermelha, com destaque para a sentença “Feras radicais”, seguida da frase “O que pensa e quer o adolescente brasileiro” (*Veja*, nº 1154, 31 out. 1990). Tal conceito de capa e conteúdo já havia sido realizada na década de 1980, na edição nº 818 (Figura 5) no ano de 1984. Na edição da década de 1990, a capa referia-se aos integrantes da faixa etária como adolescentes e não jovens, tal qual a capa dos anos 1980.

Num curto período de tempo, seis anos mais precisamente, a juventude aparecia representada na capa da mesma revista de maneiras completamente diferentes. Enquanto nos anos 1980 eram jovens até mesmo com bigode, como um dos integrantes da capa (Figura 5), em 1990 eram adolescentes, cada qual pertencente a sua tribo.

A oitava capa analisada da revista *Veja* (Figura 12) fez referência às passeatas contra o governo Collor, em 1992: uma fotografia que mostra vários jovens protestando em uma rua com faixas contra o então presidente Fernando Collor. É essencial destacar que os jovens eram majoritariamente brancos e secundaristas da escola na qual o presidente havia sido aluno, fato destacado em uma pequena legenda no canto inferior central da imagem.

Figura 12 - Capa da edição nº 1248 da revista *Veja*



Fonte: *Veja*, nº 1248, 19 ago. 1992

O texto que ganha destaque é a frase “Anjos rebeldes” seguida da sentença “Colegiais na rua pedem a saída de Collor” (*Veja*, nº 1248, 19 ago. 1992). Os estudantes da fotografia aparentavam gritar palavras de ordem e alguns empunhavam placas de protesto que faziam alusão a prisão do presidente.

Na capa da edição nº 1388, nona capa analisada (Figura 13), uma reportagem sobre o perfil da juventude brasileira ganha destaque; dessa vez quem ganhou relevância foi um jovem global, e não apenas os jovens brasileiros. Na imagem, um jovem que não tem seu rosto a mostra usava uma camiseta com várias frases que tem relação com a pesquisa explorada na construção da reportagem. Não é possível saber se o jovem era um homem ou uma mulher porque o mesmo não tem características estereotipadas de nenhum sexo, apenas veste uma camiseta branca e uma calça jeans, símbolo da juventude.

Figura 13 - Capa da edição nº 1388 da revista *Veja*



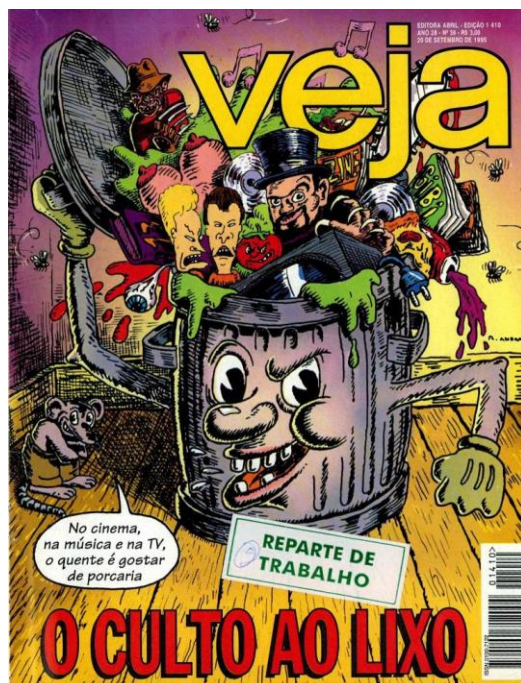
Fonte: *Veja*, nº 1388, 19 abr. 1995

O plano de fundo da imagem também merece destaque, pois o mesmo foi composto por uma série de objetos e características que fazem referência a juventude, como um hambúrguer e um skate, os itens mais visíveis. Voltando a análise para o texto presente na camisa do jovem, as frases “eu sou mais eu”, “quero um bom emprego”, “conforto sim, riqueza não”, “eu acredito em computador” são legíveis; uma última frase tem seu sentido prejudicado por conta de um etiqueta colada na capa, apenas as palavras política e fim são passíveis de leitura.

No centro da capa, a palavra “tribo” é destacada como texto principal, seguida da frase “Uma pesquisa exclusiva em 26 países mostra que os jovens de todo o mundo querem as mesmas coisas” (*Veja*, nº 1388, 19 abr. 1995). É na década de 1990 que referências a uma juventude global são constantes em ambas as publicações, situação visível na frase que estampa a capa da edição 1388 da revista *Veja*, que expôs que jovens de diferentes lugares do mundo queriam as mesmas coisas.

A última capa analisada da revista *Veja* é também a única composta apenas por ilustrações. Na edição do dia 20 de setembro de 1995, a revista teve como capa em sua edição nº 1410 (Figura 14) vários elementos do entretenimento da época ligados a juventude, como programas de televisão, comidas e filmes que faziam sucesso entre a faixa etária juvenil.

Figura 14 - Capa da edição nº 1410 da revista *Veja*



Fonte: *Veja*, nº 1410, 20 set. 1995

O título da capa, em vermelho e em letras garrafas, é composto pela frase “Culto ao lixo” (*Veja*, nº 1410, 20 set. 1995), acompanhado de uma legenda representada por o que seria a fala de um rato dizendo que “No cinema, na música e na tv, o quente é gostar de porcaria” (*Veja*, nº 1410, 20 set. 1995).

Numa análise linear das 12 capas, são perceptíveis as mudanças ao longo do tempo acerca das temáticas que envolviam a juventude e que viraram capa²⁹. No caso da revista *IstoÉ*, as duas únicas capas faziam referência a sexualidade juvenil de duas formas diferentes. Uma delas, no primeiro caso (Figura 3), dissertou sobre as práticas sexuais de jovens de classe média, enquanto a segunda capa (Figura 4) deu destaque a uma adolescente grávida junto da informação de que o número de jovens grávidas, chamadas de “meninas” na capa, girava em torno de um milhão.

A revista *IstoÉ*, seguindo uma linha editorial diferente da *Veja*, deu mais enfoque em questões comportamentais relacionadas à sexualidade juvenil, algo que a *Veja* não deu destaque para nenhuma capa, apenas como tema de suas reportagens secundárias.

²⁹ Mudança mais visível na revista *Veja*, pois a mesma teve um volume maior de capas e reportagens analisadas por conta da ferramenta de busca.

Já no caso da revista *Veja* uma série de particularidades é visível a partir da observação das capas selecionadas. Começando pela visão geral relativa à juventude propagada pela revista; o periódico fez três capas sobre reportagens que analisavam o perfil dos jovens brasileiros, uma em 1984 (Figura 5), e duas na década de 1990, em 1990 e em 1995 (respectivamente figuras 11 e 13). Nas três capas, a noção de juventude em cada uma delas é bastante diferente apesar do não tão distante recorte temporal.

Na década de 1980 (Figura 5) a capa tem um jovem que aparenta ser uma pessoa mais velha por causa do uso de um bigode, algo que até meados do século XX era garantia de voz ativa na sociedade vigente que valorizava a idade mais avançada³⁰. Como não há certeza de saber o que motivava o jovem da capa (Figura 5) a fazer uso de tal signo, é intrigante refletir sobre as mudanças na representação de juventude entre as décadas de 1980 e 1990 em capas que tratavam de assuntos parecidos, ou seja, num período de menos de dez anos a noção de juventude propagada pela revista sofreu alterações bastante visíveis.

Os jovens da década de 1990, a partir da análise das duas capas (Figuras 11 e 13), foram retratados de duas formas: na primeira (Figura 11) o subtítulo os retrata como adolescentes e não jovens, como na capa de 1984 (Figura 5) e cada um dos jovens era representante das chamadas tribos urbanas, algo que foi desenvolvido na reportagem no corpo da revista. Os jovens apareciam muito mais despojados e não posavam para a foto tal qual os jovens da década de 1980. A segunda capa da década de 1990 (Figura 13) teve como foco um jovem ou uma jovem - a fotografia não dá margem para identificação - de costas, sem elementos identitários como nas duas capas anteriores.

A década de 1990, no que tange as capas voltadas a noção de um perfil de juventude brasileira, ainda mantém uma certa linearidade em suas duas capas analisadas, uma vez que em ambas as figuras (11 e 13) existem referências às tribos urbanas. Nos anos 1980 a juventude não era tão segmentada quanto na década seguinte, em que, segundo as reportagens

No caso do uso de desenhos nas capas, presente em três edições analisadas da revista *Veja*, duas (Figuras 7 e 8) das três imagens são referências à crianças³¹, numa possível tentativa

³⁰ O uso de signos que garantiam mais idades a pessoas atualmente consideradas jovens era uma prática corriqueira até a metade do século XX, momento quebrado pela ascensão do *teenager* no pós Segunda Guerra Mundial. Ler mais em: ESCUDEIRO, Andréia Perroni. “Adullescência” e imagem: o emergir do *puer aeternus* nos meios de comunicação. Tese (Doutorado em Comunicação) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2012.

³¹ Mesmo a capa se referindo diretamente a crianças e utilizando o termo “filhos”, o interior da reportagem menciona jovens e adolescentes.

de ocultar a identidade, uma vez que a exposição do rosto ou até mesmo do nome de crianças e jovens em reportagens poderia gerar uma série de consequências aos sujeitos expostos.

Um outro fator que poderia justificar o uso de desenhos é também o teor de tais reportagens, sendo que numa delas (Figura 7) a temática era o divórcio, algo que alterava as estruturas familiares e que segundo a própria reportagem eram uma quebra das relações familiares pois “a família tradicional ainda é a célula da sociedade” (*Veja*, nº 1012, 27 jan. 1988, p. 50). É interessante perceber o uso que a reportagem fez da palavra “tradicional”, como se levasse em conta apenas as famílias organizadas entre pai, mãe e filhos como essenciais e/ou válidas.

Já no segundo caso (Figura 8) a temática era ainda mais delicada pois tratava do questionamento de crianças e adolescentes sobre a AIDS, doença que na época ainda era bastante temida e sem tratamentos efetivos.

Na terceira e última capa analisada que fez uso de um desenho (Figura 14) várias referências ao que fazia parte da cultura jovem da década de 1990 são retratadas como “porcaria”, segundo o adjetivo utilizado na própria capa da edição 1410 da *Veja*. O desenho, assim como a reportagem, parecia ser uma tentativa de desqualificar o que era consumido pelos jovens como algo de “baixa cultura” por conta do estilo *non sense*³² e uma linguagem mais irreverente. No subtítulo da reportagem, já no interior da revista, fica nítida a tentativa de desqualificação do que era consumido pelos jovens observando o uso dos adjetivos utilizados: “Curtir filme ruim, música vagabunda e programa de índio vira moda entre os jovens brasileiros, que elegem como ídolos os ultra-imbecis Beavis e Butt-head³³” (*Veja*, nº 1410, 20 set. 1995, p. 102).

Outra temática presente nas capas e que merece devida atenção foi o uso da referência a palavra “filhos”. Como já dito anteriormente, as revistas se preocupavam em trazer aos seus leitores, majoritariamente pais, reportagens que ora serviam como guias para determinadas situações com filhos e ora procuravam explicar do que os jovens gostavam e consumiam. Nesse caso, quatro capas utilizaram o substantivo “filho”³⁴ e suas variações, em ambas as revistas. Na

³² Em tradução livre, sem sentido.

³³ Essa era uma animação exibida na MTV Brasil de 1993 que fazia muito sucesso entre os jovens da época, chegando a ter sua reestreia em 2011. Para saber mais: <https://oglobo.globo.com/cultura/revista-da-tv/quatorze-anos-depois-beavis-butt-head-voltam-programacao-da-mtv-americana-nesta-quinta-feira-3080353>

³⁴ Algumas das capas, como no caso da edição 1301 da revista IstoÉ (imagem 3), não fazia referência direta a palavra filho e suas variações, falando indiretamente do termo.

IstoÉ, o único caso foi a capa que fez referência a gravidez na adolescência entre as brasileiras (Figura 4) na qual também está presente o uso da palavra “menina”. Em todos os casos em que existiu a menção aos filhos, ambas as revistas têm em suas capas crianças representadas (Figuras 7, 8 e 9), apesar das reportagens também se referirem aos jovens em seus conteúdos internos. Ainda, as três capas da revista *Veja* que fazem menção ao substantivo “filho”, são do mesmo ano e foram publicadas em intervalos de três meses, a primeira (Figura 7) em janeiro de 1988, a segunda (Figura 8) em abril de 1988 e a terceira (Figura 9) em julho de 1988.

Num corpus documental de 12 capas analisadas no recorte de duas décadas, chama a atenção três capas com referências semelhantes serem publicadas num período de tempo tão curto. Pode-se inferir que havia algum interesse editorial por parte da revista em se utilizar de desenhos e figuras lúdicas num intervalo de menos de um semestre para expor opiniões sobre a temática parental, ou, em outra hipótese, a demanda dos leitores era voltada a tais assuntos.

Dois assuntos distintos foram capas uma única vez cada: as drogas (Figura 10) e a política (Figura 12). No primeiro caso, relativo aos jovens expostos ao uso de drogas (Figura 10), a capa teve como foco uma jovem em destaque junto de uma frase de alerta aos pais leitores, que poderiam ter seus filhos expostos a situações tais quais a da jovem modelo que teve sua fotografia veiculada a revista. Já no caso da capa voltada a temática da política (Figura 12), com alusão ao movimento dos caras-pintadas, a juventude ganhou destaque principal na revista de maior circulação nacional na época num momento em que se manifestava politicamente, algo visto até então apenas em edições da época mais combativa da ditadura militar.

Nas capas analisadas acima, assim como em todas as outras, havia algo em comum, mesmo elas sendo de editoras e recortes temporais diferentes: a juventude teve sua representação forjada, em ambas as publicações, a partir de imagens definidas por um corpo editorial formado por adultos que queria passar uma imagem da faixa etária aos leitores que seriam pais de tais jovens. É curioso perceber que, ao longo de duas décadas de material levantado, 12 capas eram de reportagens que faziam menção direta aos jovens em suas páginas, mas em algumas das capas crianças eram a faixa etária que recebia destaque principal.

Enquanto no caso da revista *IstoÉ* as capas exploraram a temática da sexualidade, na *Veja* a única menção, ainda que transversal ao tema, foi na capa em que o desenho de duas crianças expôs um diálogo sobre a AIDS (Figura 8). A *IstoÉ*, em suas duas capas, tocou mais no assunto que ainda hoje é considerado um grande tabu: a sexualidade, enquanto a *Veja* tratou desse

assunto apenas no interior de suas páginas, tomando uma postura muito mais cautelosa e indireta ao tratar da temática da sexualidade juvenil.

Por fim, é imprescindível perceber que a última capa de uma reportagem de ambas as revistas que fez menção a jovens de classe média foi a da edição 1410 da *Veja* (Figura 14) em que a cultura juvenil foi rebaixada a algo considerado lixo, representado pela ilustração da capa. A juventude, ao mesmo tempo que era exaltada e tida como promessa de futuro do país, também era a faixa etária que consumia e se constituía de aspectos culturais considerados inferiores por adultos que faziam parte do corpo editorial das revistas.

3.2 JUVENTUDES E ESTEREÓTIPOS IMAGÉTICOS

Como os jovens analisados na presente pesquisa são, segundo as fontes, majoritariamente pertencentes a classe média e habitantes de centros urbanos, juventudes que fogem a esse padrão são representadas de formas diferentes, ou até mesmo não aparecem nas publicações das duas revistas semanais. Havia apenas quatro referências visuais aos jovens negros dentro das reportagens das revistas, duas na revista *Veja* e duas na revista *IstoÉ*. Mesmo na revista *Veja*, que teve um volume documental maior analisado, os jovens negros eram uma presença rara nas fotografias que ilustravam as reportagens.

A mídia, segundo a jornalista Fernanda Coelho da Silva, faz uso de estereótipos quando faz referência a minorias no Brasil e com as juventudes isso não é diferente. Ainda sobre o papel da mídia no que tange as juventudes, “tal situação é ainda agravada quando o jovem é negro e morador da periferia” (SILVA, 2008, p. 5). Isto é, as juventudes analisadas nas reportagens são privilegiadas tanto no que diz respeito às suas representações cotidianas quanto em relação as suas vantagens econômicas.

O acesso a informação se dá a partir das mídias e a democratização da comunicação é um direito garantido pela UNESCO desde 1960 (SILVA, 2008). A juventude de classe média dos centros urbanos brasileiros nas revistas *Veja* e *IstoÉ*, segundo as reportagens analisadas, acaba por tornar-se um modelo de juventude hegemônico. Para fazer da comunicação um instrumento de promoção da cidadania juvenil que abrange a todas as juventudes brasileiras é necessário dar aos jovens negros um espaço diferente do das páginas policiais e “é preciso buscar uma comunicação efetivamente democrática” (SILVA, 2008, p. 9).

Na década de 1970 surge a Ordem Mundial de Comunicação (OMIC), ressaltando que a comunicação seria um direito humano, de liberdade e um avanço democrático (SILVA, 2008). A década de 1970 também é marcada pela emergência da história da cultura escrita na historiografia. Pensando o cenário brasileiro como pano de fundo, mesmo que o número de analfabetos tenha diminuído ao longo do tempo no país, o acesso à cultura escrita ainda estabelece quem sabe mais e quem sabe menos (BATISTA; RIBEIRO, 2004, p. 90).

Desse modo, quando são analisadas as representações de jovens de classe média, torna-se evidente a premissa de que os personagens das reportagens fazem parte da camada privilegiada da sociedade brasileira com acesso a cultura escrita. *Veja* e *IstoÉ* representavam a juventude de tal forma que a faixa etária não parecia plural, e sim apenas uma extensão de uma juventude específica, representada pelos jovens de classe média.

Derval Golzio (2009), em uma análise acerca da representatividade negra e nas capas da revista *Veja* inferiu que, com exceções a aparições relacionadas ao futebol e a música popular, os afrobrasileiros têm uma representatividade positiva drasticamente inferior aos brancos nas capas da *Veja*, premissa que também atinge a revista *IstoÉ* e grande parte dos meios de comunicação brasileiros, em razão de que os negros e afrodescendentes povoam, quase sempre, as páginas policiais ou dedicadas às infrações. Segundo o autor,

Os negros integram a parcela que possui a mais baixa representatividade da população brasileira, em termos raciais, na maioria dos meios de comunicação impressos brasileiros. Para um país que, desde a metade do século XVII já possuía uma das mais elevadas concentrações de negros no mundo, é algo que impressiona e que somente poder ser explicada nos dados históricos de condição humana que recebeu como mão-de-obra escrava nas plantações de cana-de-açúcar e na extração mineral de algumas regiões do Brasil (GOLZIO, p. 491, 2009)

Ou seja, existe uma concepção propagada pelos *mass media* que transforma os negros numa parcela numericamente inferior a realidade brasileira. Num país em que uma grande dos seus habitantes é descendente de negros, sua imprensa reproduz e cria representações fora da realidade. Jovens negros também estão incluídos nessa contagem, uma vez que ao longo da análise de imagens para a construção da presente pesquisa, aparecem em número inferior do que jovens brancos.

Mesmo a classe média analisada das revistas sendo formada majoritariamente por brancos, jovens negros aparecem em alguns casos, como na primeira capa da revista *Veja* analisada acima. A edição 818 da revista *Veja* teve como capa (Figura 5) um grupo de seis jovens

que representariam o perfil da faixa etária no Brasil. Na fotografia que ilustra a edição, uma das jovens é negra, representando 16% do que seria a juventude brasileira em relação aos outros cinco integrantes brancos, que seriam 84%, uma comparação que não condizia com a realidade, pois a população jovem negra, num perfil de seis jovens, não teria apenas um representante. Golzio vai além em sua análise da mesma capa (Figura 5):

A publicação de nº 818, de 4 de maio de 1984, é bem representativa da prioridade dos editores da revista para com o segmento de cor branca em detrimento dos afro-brasileiros. Seis jovens, três homens e três mulheres, sendo apenas um negro. Os demais personagens parecem autênticos representantes do ideário nazista de brancura. O título reforça a de concepção representação predominantemente branqueadora da população do Brasil: “Retrato do jovem brasileiro – o que pensa, o que quer, como se comporta” (GOLZIO, p. 494, 2009)

Outro momento em que a juventude negra se fez presente nas capas analisadas da revista *Veja* foi na edição 1154 (Figura 11), em que um novo perfil de juventude era exposto, agora na década de 1990. Na imagem, havia uma jovem negra assim como no caso da capa de 1980 citada acima (Figura 5); ou seja, mesmo na década seguinte, *Veja* continuava a estabelecer uma representação em que a juventude negra é representada por apenas uma pessoa em um grupo de cinco jovens que supostamente representavam a juventude brasileira.

Ainda no que tange as capas, um caso bastante curioso envolvendo a capa da edição 1388 da *Veja* (Figura 13) foi percebido. A imagem não dá margem para uma interpretação certa da cor da pele do/da jovem - o sexo também é imperceptível - e uma identificação racial do sujeito da capa não foi possível. Caso realmente fosse um/ uma jovem negro/a seria a única capa com destaque principal focada nessa juventude específica, ainda que fosse um personagem que não tem seu rosto aparente, algo que não acontece em momento algum com jovens brancos.

Nas outras capas não havia jovens negros e a invisibilidade para a temática chama a atenção, pois apesar de a presente pesquisa ter como foco de análise jovens de classe média, as próprias revistas acabam por tornar essa única juventude como um padrão nacional. Ainda no caso das capas da revista *Veja*, era comum quando temas gerais envolvendo a juventude não terem jovens negros presentes nas ilustrações, como no movimento dos caras-pintadas (Figura 12) ou nos casos em que a revista faziam uso de desenhos nas capas (Figuras 7 e 8).

A sutileza também era um recurso utilizado como ferramenta de construção de uma representação homogênea de juventude. A capa da edição número 1117 da revista *Veja* (Figura 10) foi um caso em que a invisibilidade negra atinge um patamar muito mais sutil do que nas

outras publicações analisadas. A legenda da capa fazia menção aos “jovens em perigo”, passivos em relação às consequências do abuso de drogas e representados por uma jovem branca de olhos claros sorrindo, quase como se apenas a juventude branca fosse vítima das drogas.

A invisibilidade da juventude afro brasileira chama a atenção em casos específicos além das capas, mas também nas reportagens das revistas. São raras as aparições de jovens negros nas imagens que ilustram as reportagens; no caso da revista *IstoÉ* apenas duas das 15 reportagens analisadas tem imagens de jovens negros, enquanto na *Veja* havia duas entre as 56 reportagens. A tese de Golzio que afirma que “as imagens distorcidas da realidade contribuem na formação de estereótipos” (GOLZIO, p. 494, 2009) pode ser aplicada na análise de imagens de jovens negros nas reportagens analisadas já que as revistas tratam de dar enfoque nas representações positivas de juventude apenas para brancos de classe média.

As reportagens da *IstoÉ* que tem entre suas páginas ilustrações com jovens negros tratam de duas situações bastante distintas. Na primeira, dentro da reportagem sobre os caras-pintadas, o jovem Santos teve sua foto veiculada (Figura 15) junto de uma suposta fala sua, em que afirmar que só pode ir às manifestações durante as noites por conta de seu trabalho, ao contrário “da maioria da maior parte dos estudantes que fizeram um feriado cívico indo para as ruas” (*IstoÉ*, nº 1196, 02 set. 1992, p. 36). Uma das únicas aparições imagéticas de um jovem negro é pautada pela diferenciação em relação aos outros jovens que tinham tempo livre para ir às manifestações enquanto ele trabalhava como técnico em eletrônica para se sustentar desde seus 16 anos.

Figura 15 - Jovem negro no protesto contra o Presidente Collor



Fonte: *IstoÉ*, nº 1196, 02 set. 1992, p. 36

No segundo e último caso de imagens de jovens negros veiculadas nas reportagens da revista *IstoÉ*, a imagem de uma jovem negra de costas (Figura 16), sem seu rosto exposto, compôs um quadro ilustrativo considerado um apêndice da reportagem que tratava sobre a sexualidade sob o título "12 anos: menina ou mulher?" (*IstoÉ*, nº 1394, 19 jun. 1996, p. 50). O título do anexo era "Flores excluídas" e tratava de meninas no início da puberdade que passavam por situações de abuso e violência sexual, bem destoante do resto da reportagem que abordava questões mais leves acerca da entrada na puberdade, como o parar de brincar de boneca e o começo de uma vaidade mais exacerbada. Novamente, um jovem negro apareceu numa situação negativa mais complexa do que os jovens brancos.

Figura 16 - Jovem negra de costas



Fonte: *IstoÉ*, nº 1394, 19 jun. 1996, p. 50

Já na revista *Veja*, nos dois únicos casos de aparição fotográfica de jovens negros nas reportagens, também foi exposto um jovem que já exercia um ofício, assim como um dos casos da revista *IstoÉ*. Na fotografia abaixo a direita (Figura 17) o jovem Elson, com 16 anos na época, aparecia exercendo seu trabalho como balconista da rede de *fast food* Mc Donalds. O jovem negro foi retratado com uma feição mais séria de um momento supostamente espontâneo de seu trabalho, enquanto as outras jovens que tiveram suas fotografias veiculadas aparecem sorridentes e posando para os retratos.

Figura 17 - Jovem negro trabalhador do Mc Donalds à direita



Fonte: *Veja*, nº 1018, 09 mar. 1988

Alguns casos específicos de fotografias nas reportagens chamam a atenção numa análise mais atenta, dando margem a invisibilidade negra jovem. Na edição 1154 da revista *Veja*, uma das edições que teve um grupo de jovens estampado na capa (imagem 10), uma série de quatro reportagens compôs o especial e dentre elas, uma tinha como foco o trabalho de adolescentes brasileiros intitulada "Trabalho precoce" (*Veja*, nº 1154, 31 out. 1990, p. 76). Em nenhum momento nas fotografias que ilustravam a reportagem houve menção aos jovens negros que trabalhavam.

O outro caso de aparição de jovens negros na revista *Veja* é bastante curioso. Na reportagem da edição 1322, intitulada "Pretos, pobres e raivosos" (*Veja*, nº 1322, 12 jan. 1994, p. 52) jovens negros aparecem numa mesma reportagem em que há menção aos jovens de classe média, algo bastante incomum nas reportagens selecionadas.

Figuras 18 e 19 - Jovens negros integrantes do grupo de rap Racionais Mc's



Fonte: *Veja*, nº 1322, 12 jan. 1994, p. 52 e 53

No que tange a representação dos negros e dos afrodescendentes nas capas da revista *Veja*, indo além da temática juvenil, a propagação de estereótipos não é o único problema relativo a falta de representatividade. A grande maioria de capas em que os negros apareciam, segundo Golzio (2009), era confinados a representações relacionadas ao esporte e a cultura. Ou seja, “em quaisquer das situações – futebol ou samba (música) – é possível afirmar que não existe em ambas a necessidade da educação formal (escolaridade) para adquirirem ascensão social e política e, conseqüentemente, ocuparem as capas da revista” (GOLZIO, p. 495, 2009).

Tal afirmativa de que os negros ganhavam espaço nas capas em situações específicas envolvendo a música ou a cultura se repete na reportagem da edição 1322 da revista *Veja*. Para além das palavras usadas no título “pretos, pobres e raivosos”, a reportagem trouxe imagens de jovens negros famosos por conta do hip-hop e do funk mas, no texto, os ritmos musicais foram exaltados como potências musicais que saíram dos morros e conquistaram os jovens de classe média, “conquistando os corações e mentes dos jovens dos morros e dos subúrbios” (*Veja*, nº 1322, 12 jan. 1994, p. 52). Os jovens na imagem (18 e 19) eram os integrantes do grupo

Racionais Mc's, um dos grupos de hip-hop mais famosos da época segundo a reportagem. Na fotografia, os integrantes estavam bastante sérios e encarando a câmera, algo incomum nas fotografias dos jovens brancos de classe média. Mais uma vez, os jovens negros, nas suas poucas aparições dentro das fontes estudadas, aparecem como um contraponto à juventude modelo de classe média.

Um outro caso que chama atenção em que jovens negros não aparecem em fotografias que ilustram reportagens foi o da edição 1240 da revista *Veja*, na reportagem sobre as mudanças de hábitos amorosos de jovens que após a AIDS intitulada “Lição de amor” (*Veja*, nº 1240, 24 jun. 1992, p. 48). A reportagem tinha como fonte trechos de entrevistas de jovens universitários de grandes centros urbanos brasileiros, sem a presença de nenhum jovem negro nas oito páginas de reportagem com dez imagens.

Reportagens que dialogavam diretamente com pais de jovens que seriam leitores das reportagens são um outro caso em que os jovens negros são invisibilizados. Na reportagem “Guia para pais aflitos” (*Veja*, nº 1432, 21 fev. 1996, p. 46) um conjunto de mais de 20 pessoas, entre jovens e pais, ilustra o artigo jornalístico (Figuras 20 e 21), sem a presença de nenhum negro novamente. A difícil tarefa de criar filhos adolescentes parecia ser uma aflição apenas de famílias brancas, pois mesmo com um grande volume de pessoas na fotografia de ilustração, o maior número analisado, não havia nenhum negro.

A pequena quantidade de imagens de jovens negros tanto nas capas quanto dentro das reportagens é um sintoma da perpetuação de estereótipos por parte da mídia impressa no Brasil. Essa estereotipação “ajuda a compreender o pequeno percentual de auto reconhecimento dos afrodescendentes negros no Brasil” (GOLZIO, 2009, p. 492), algo que vem mudando com medidas estatais como a implementação de cotas raciais nas universidades públicas e a lei 10.639/03, que incluiu nas diretrizes e bases da educação brasileira o ensino da história e cultura afro-brasileira e africana nas redes públicas e particulares da educação.

Figuras 20 e 21 - Jovens entrevistados para a reportagem “Guia para pais aflitos”



Fonte: *Veja*, nº 1432, 21 fev. 1996, p. 46 e 47

O preconceito racial e a inclusão de negros em pautas que tratam de temas gerais ainda encontra uma série de obstáculos para serem enquadrados como uma temática que seja proporcionalmente representativa para a população afrodescendente do Brasil. Diante disso, é ainda mais complexo a temática ganhar os espaços privilegiados das capas, criando por muitas vezes uma noção de que “o país é constituído por uma massa hegemônica de brancos” (GOLZIO, p. 494, 2009). Ainda, segundo Golzio,

Reconhecer a dívida com os afro-brasileiros pode significar tornar visível um problema encoberto, principalmente pelos meios de comunicação do país. E o pequeno índice de representação dos negros e afro-brasileiros nas capas de revista só reforça a ideologia do embranquecimento (p. 496, 2009)

Apesar da pesquisa se propor a analisar jovens de classe média, é interessante perceber como os jovens negros que apareceram em fotografias dos artigos jornalísticos estavam condicionados às mesmas ações nos raros casos de aparição. Mesmo *Veja* e *IstoÉ* sendo duas revistas de editoras diferentes, ambas as publicações tinham em suas páginas uma representação praticamente nula de jovens negros. Uma juventude branca de classe média, um recorte bem

específico para as pluralidades da faixa etária no Brasil, acabava se tornando o padrão de juventude nacional propagada por duas revistas de grande circulação nas décadas de 1980 e 1990.

3.3 MODA, CONSUMO E FORMAÇÃO DE IDENTIDADES

A moda é um vetor de análise útil para compreender os usos imagéticos de jovens nas revistas. Tanto nos anos 1980 quanto nos anos 1990 as vestimentas juvenis recebiam destaque nas páginas de *Veja* e *IstoÉ* principalmente em campanhas publicitárias e propagandas, mas o foco de análise do presente capítulo deu-se nas imagens fotojornalísticas que ilustravam as reportagens e nas capas selecionadas. A escolha de usar a moda como aglutinadora de discussões voltadas para a formação de identidades veio do contato com as fontes, pois a indumentária juvenil era algo chamativo em ambas as décadas analisadas, sendo que nos anos 1990 um importante conceito veio a tona nas publicações: a noção de tribos urbanas.

A partir do momento em que duas das maiores revistas de circulação nacional veiculavam em suas páginas jovens vestidos com roupas da moda as mesmas ajudavam a construir uma representação de juventude pautada no consumo de determinadas mercadorias. A moda é um fenômeno social que por meio da indumentária, dos calçados e dos acessórios materializa identidades socioculturais tais como classe social, gênero, raça/etnia e geração (FRANÇA, 2005). É comum ver nos jovens de ambas as décadas roupas de tonalidades e modelagens parecidas, assim como outros produtos para além do mundo da moda que ajudavam a criar uma noção de juventude e também uma identidade juvenil.

Uma análise voltada aos hábitos de consumo dos jovens analisados nas revistas *Veja* e *IstoÉ* vai além de apenas expor o que os jovens gostavam ou não. A partir do uso de determinados produtos a juventude representada podia ser observada como uma faixa etária com alto padrão de consumo, como na reportagem “A febre das rodinhas” (*Veja*, nº 1397, 21 jun. 1995). A reportagem trouxe um exemplo da adoção de signos comerciais por parte de jovens ao expor o uso de patins como uma novidade na época. A “elite radical” (*Veja*, nº 1397, 21 jun. 1995, p. 52), segundo a reportagem, se divertia em riques de patinação dentro ou fora de shoppings e tinham os patins como entretenimento.

O artigo jornalístico ainda traz um quadro com valores de alguns dos modelos de patins mais famosos entre os jovens que consumiam o produto, com valores que iam de 85 a 600 reais

privilegiada do Brasil. Um exemplo dos privilégios financeiros são os jovens que têm suas imagens veiculadas nas revistas: uma jovem, ao centro, com acesso a um celular num momento em que o aparelho móvel era uma grande novidade tecnológica de preço inacessível para as classes menos abastadas (Figura 23) e um outro jovem, ainda com 17 anos mas já com acesso à veículo próprio, que iria ganhar como presente de aniversário de 18 anos, idade da primeira habilitação (Figura 24).

Figura 23 - Jovem, à direita, com acesso a um celular



Fonte: *IstoÉ*, nº 1287, 1 jun. 1994, p. 54

A reportagem foi uma das mais emblemáticas analisadas no que tange relações entre os jovens de classe média e o consumo. Seu próprio título, a seção a qual a reportagem pertence e as imagens de jovens veiculadas dizem muito a respeito de representação de juventude que tinha uma série de privilégios financiados por seus familiares e que eram de interesse de adultos que tinham um nicho de consumo consolidado para explorar, uma vez que a reportagem pertence a seção "negócios".

Figura 24 - Jovem, abaixo, com 17 anos e carro próprio



A associação entre consumo e juventude favoreceu o florescimento de uma cultura adolescente altamente hedonista. Para os jovens representados na reportagem, o consumo de bens duráveis e não-duráveis era sinônimo de viver a juventude em sua plenitude. A psicóloga de jovens de classe média Maria Rita Kehl (2004) afirma que nas sociedades pautadas pela indústria cultural, as identificações se constituem a partir de imagens industrializadas, exemplo visível a partir da análise da representação dos jovens consumidores nas revistas. Ainda assim, segundo a autora: “poucos são aqueles capazes de consumir todos os produtos que são oferecidos ao adolescente contemporâneo, mas a imagem do adolescente consumidor, difundida pela publicidade e pela televisão, oferece-se à identificação de todas as classes sociais” (KEHL, 2004, p. 93). Mesmo o jovem de classe média sendo representado como consumista nas revistas, para além dos campos da publicidade e da televisão citados pela autora, *Veja* e *IstoÉ* ajudavam a corroborar com uma representação da faixa etária alcançada por apenas uma pequena parcela da população jovem, a juventude com alto poder aquisitivo.

O consumo de determinados produtos voltados à faixa etária jovem contribuiu para a

construção de uma identidade juvenil propagada por ambas as revistas. Segundo Stuart Hall (2000) as identidades são vistas como flexíveis, dinâmicas e complexas e não fixas, estáveis e singulares, sendo representadas ao longo de discursos e práticas culturais no interior das relações sociais. A moda, por estar relacionada com a vestimenta dos jovens, acaba por ser um dos principais vetores de análise no que tange às identidades justamente por conta de seu apelo visual imediato.

A moda, segundo França, pode ser compreendida como uma linguagem que constrói identidades, “na medida que comunica uma mensagem, funcionando como um meio de externar uma narrativa particular do “eu” e de se apresentar ao mundo, transparecendo o subjetivo e o imaterial em um objeto material” (FRANÇA, 2015, p. 2). Ao analisar a indumentária e os hábitos de consumo de jovens que tiveram suas fotografias veiculadas nas revistas há a possibilidade de compreender as motivações da representação da faixa etária. As revistas, em suas páginas, perpetuavam estereótipos acerca da juventude estudada que limitavam o entendimento da complexidade da faixa etária aos seus leitores.

Assim como a década de 1960 foi importante para a juventude como um todo, foi nessa década que a chamada moda jovem adentrou no Brasil por conta da ampla divulgação, a partir de uma indústria cultural em ascensão, do *american way of life*. O estilo de vida acabou virando um modelo de referência para diversos países, inclusive o Brasil, “apesar das suas realidades contrastantes” (FRANÇA, 2015, p. 5). Junto desse modelo de comportamento também surgiu a noção de *teenager*, que desde o início foi um termo de marketing utilizado por publicitários e fabricantes, “visto que a ideia do adolescente como um consumidor vinha de encontro às necessidades econômicas, políticas e socioculturais dos Estados Unidos” (FRANÇA, 2015, p. 5).

A partir do estudo da moda, podemos “compreender a construção e desconstrução de estereótipos e das relações de poder na sociedade de consumo” (FRANÇA, 2015, p. 15); ou seja, ao analisar vestes de jovens nas imagens das reportagens, seria possível entender as relações que permeiam a sociedade de consumo no que tange representações de jovens em duas revistas de grande circulação nacional.

Na reportagem intitulada “Para resistir à obrigação de ser jovem” (*IstoÉ*, 15 out. 1986, nº 512) a influência da noção de juventude nas outras faixas etárias foi explorada no artigo jornalístico que tinha como foco às dificuldades dos mais velhos em se adaptarem ao prolongamento da juventude. A partir dos anos 1960 a juventude se tornou o momento mais

valorizado da vida e, aos poucos, conseguiu impor seus valores para toda a sociedade, de maneira que todos os outros grupos etários passaram a viver perseguindo esses ideais de beleza e desprendimento característicos desse período da vida. Na primeira imagem veiculada na reportagem (Figura 25), um casal de idosos encara uma vitrine com roupas coloridas com influências da moda surfe e tem dificuldades, segundo a reportagem, de encontrar roupas que consideravam adultas, com tons mais sóbrios.

Figura 25 - Casal de idosos procurando roupas “clássicas”



Fonte: *IstoÉ*, 15 out. 1986, nº 512, p. 50

Dentre as imagens de jovens nos impressos estudados, fatos ou estilos de vida eram destacados, como por exemplo os surfistas na década de 1980 na revista *IstoÉ*. Na edição 173, um quadro anexo a reportagem “A prática adolescente” (*IstoÉ*, 16 abr. 1990, nº 173) um jovem carioca praticante de windsurf contou sobre sua empreitada no mercado da moda por conta do esporte radical e afirmou que “quando a moda do windsurf acabar vou ficar no prejuízo” (*IstoÉ*, 16 abr. 1980, nº 173, p. 42), pois recebia patrocínio de muitas empresas. Outro momento em que o surfe aparece na década de 1980 na mesma revista foi na reportagem “O surfe volta à onda” (*IstoÉ*, 23 jan. 1985, nº 422). O artigo jornalístico, dentro da seção “estilo de vida”, dissertava

sobre como a moda ligada ao surfe, mesmo na cidade de São Paulo que não tem litoral, estava ganhando cada vez mais adeptos jovens. Na imagem (Figura 26), um rapaz sorridente, cercado por araras de roupas coloridas e era salientado que as lojas serem um bom negócio.

Figura 26 - Jovens surfistas que usam o esporte como renda



Fonte: *IstoÉ*, 23 jan. 1985, nº 422, p. 42

Ainda na década de 1980, ocorreu um evento que tornou mais comum o uso de roupas coloridas e bastante diversas. O Rock in Rio, em 1985, foi um marco na representação imagética sobre a juventude justamente por ser um festival em que os jovens, a partir das roupas, externalizavam seus gostos e personalidades "explorando o colorido e o inusitado" (*IstoÉ*, 23 jan. 1985, nº 422, p. 50). Na reportagem da revista *IstoÉ* pós festival, fotografias de jovens foram expostas num quadro em que os diferentes estilos de roupas e acessórios usados ganharam destaque sob o título "com o rock pelo corpo" (Figuras 27 e 28).

Figuras 27 e 28 - Abaixo, roupas e acessórios usados por jovens no Rock in Rio



Fonte: *IstoÉ*, 23 jan. 1985, nº 422, p. 50 e 51

Enquanto *IstoÉ* teve mais imagens voltadas ao consumo juvenil, explorando a moda surfe e o Rock in Rio, *Veja* fez referências imagéticas distintas aos jovens consumidores em suas reportagens. No artigo jornalístico intitulado “A química da moda” (*Veja*, 31 out. 1990, nº 1154) roupas e acessórios bastante consumidos por jovens ganharam atenção exclusiva na reportagem que dissertava sobre o assunto. Nas imagens estavam presentes mochilas, relógios e bonés (Figuras 29 e 30) que, segundo a revista, estavam na moda, acompanhadas de um quadro explicativo que informava ao leitor como era criada a necessidade de consumo de determinados produtos consumidos pela juventude, uma vez que “os jovens não gostam de se sentir manipulados [...] e não se deixam levar por qualquer conversa” (*Veja*, 31 out. 1990, nº 1154, p. 78). A preocupação e o cuidado da reportagem em traduzir os anseios dos jovens consumidores a partir das imagens é visível, pois vários sucessos de venda da época aparecem nas imagens. O próprio subtítulo do artigo jornalístico demonstra a importância do nicho comercial: “a indústria descobre o mercado dos adolescentes e faz tudo para atender às suas preferências” (*Veja*, 31 out. 1990, nº 1154, p. 78).

Figuras 29 e 30 - Roupas e acessórios que eram sucesso de vendas no Brasil

◀ **Tênis performático**, do tipo usado no basquete: um dos sinais da tribo

◀ **Boné ao contrário**: a tentativa de criar uma moda própria

A química da moda

A indústria descobre o mercado dos adolescentes e faz tudo para atender às suas preferências

Quem foi o grande que, pela primeira vez, pensou um brinco na orelha, deixou o pai furioso, mas não assim mesmo para a mãe, certo de que estava demais? E o que passou pela cabeça da primeira garota que enfiou um longo nome em volta da cintura do jeans? E quem teve a ideia de misturar a moda brega dos maritimes que fazem tatuagens pelo corpo, transformando isso num signo cultural de juventude? O tênis, o jeans rasgado ou desbotado, a velha camiseta toda larga e desbotada, como aquelas que os americanos usavam para visitar o Havaí na década de 50 — é o maior boom, um arrepiar. A indústria corre atrás de tudo isso, quase chegou atrasada, mas pegou a onda e acompanhou os movimentos radicais da prancha de surf, mudou o tratamento soft e miliduro entre a criação das ruas e o aproveitamento das fêrricas.

No Brasil, o caminho é o mesmo. A indústria, com sua sensibilidade para os ventos que carregam dinheiro, aprendeu que o adolescente se tornou um consumidor e estendeu um tapete vermelho para que ele possa comprar o que quer. Sua maior sabedoria está na apreensão de uma regra dos antropólogos, sempre inclinados a examinar as culturas conforme os padrões internos que elas têm. Da mesma forma que os índios devem ser encarados em seus termos culturais, sob pena de parecerem crianças descomensuradas, os adolescentes acabaram entendidos pelos que os vestem e adquirem. "Ao contrário dos adultos, os jovens são muito sensíveis", diz o publicitário Washington Oliveira, dono da agência de propaganda Wilbraut. "Eles não se interessam por anúncios que ficam tentando convencê-los das vantagens deste ou daquele produto."

Quem vai discutir preferências de tom com um mercado jovem que consome hoje no Brasil 8 milhões de pares de tênis por ano e mais de 35 milhões de jeans? 56 com vendas no mercado interno, os fabricantes brasileiros de jeans esperam faturar este ano 580 milhões de dólares — 45% a mais do que há cinco anos — e calculam que 40% desse dinheiro sairá do bolso de consumidores com idades entre 15 e 20 anos. Os adolescentes, quando têm dinheiro, são consumidores vorazes. Projetar-se nesse mercado é uma tarefa que requer cuidado da indústria e da publicidade.

Se não for assim, não vendem. É de autoria de Oliveira o anúncio da Valente que retrata a felicidade e o constrangimento de uma menina-moça ao ganhar o seu primeiro tênis. No anúncio, o tênis nunca é apontado pela câmera, como acontece nos anúncios de chocolates ou de biscoitos de coco. O tênis apenas aparece na cena, que exala clima mais do que qualquer outra coisa. Ninguém dá o tênis, há os arrumadinhos, que preferem

canções de punho abotoado, em tecido de qualidade — algodão ou linho —, camiseta branca por baixo, calça jeans, minissai aderente ao corpo. Ah!, e tênis para todos, apenas com diferenças de ocasião. Os esportivos estão de tênis a toda hora, na escola e na festa. Quem diz? Há algumas décadas, tênis era um sapato de puro ou couro para as quadras de esporte. Hoje, fabricam-se tênis até para crianças que ainda não sabem andar.

Tênis e o As — Adeptos da vida natural, saudáveis, os adolescentes incorporam às suas vidas os signos do esporte e fazem as indústrias de roupa perseguirem esse estilo para conquistá-los. É evidente que os jovens, como também os adultos, são mais escravos do que senhores dos lançamentos de moda. Compram-se coisas de determinado desenho e estilo porque elas são produzidas e não porque as pessoas precisam a tênis-las. Mas os criadores de produtos andam sempre em busca de tendências no ar para acertar o filão mais rico do mercado. Primeiro, alguns pioneiros adaptam jipes ou motocicletas para andar fora da estrada — mesmo que continuem a rodar dentro da avenida —, e depois as esteras das montadoras fazem veículos desse tipo para a grande maioria que nunca tinha pensado na compra, mas tende a gostar da novidade — porque a coisa está no ar. Com o jeans rasgado aconteceu isso. Parece que

nunca em Paris, ali por 1985, na rua e não numa vitrine. Os tênis "performáticos" — que a tecnologia construiu para a prática do basquete, corrida e outros esportes, têm camadas de ar entre a palmilha e a sola para absorver o impacto do pé com o chão, o cano é longo, para proteger o tornozelo e dar mais firmeza ao movimento. Pois bem: são pequeninitas as pessoas que os compram para usar a camisa.

Propaganda Eletrota — Uma questão especial é a marca. Marca é coisa que se exige para adolescentes que podem comprar as etiquetas mais coloridas. "Se uso etiquetas famosas porque minhas amigas usam e não quero ficar por fora", diz Priscilla Wolff, de apenas 12 anos, que na semana passada fazia compras no Shopping Center Iguatemi, de São Paulo. "Sou do tempo em que etiqueta era para ser usada para decorar a roupa e não para fora", comentava intrigada a avó da menina, Ilse Wolff, que a acompanhava nas compras. Calças precisam ser da Forum, da Zoom, da M.O.R.E. Tênis tem de ser Nike, Reebok. Camiseta é Pakaloto, com a marca estampada no peito, como se fosse uma propaganda eleitoral. A Pakaloto adotou como estratégia de marketing patrocinar eventos esportivos — competições de hóquei e bodyboard, por exemplo —, uma outra modalidade de propaganda indireta. Acertou na mosca. A marca caiu no gosto dos jovens. Em apenas três anos de existência, a etiqueta vende 30 000 camisetas por mês — e isso apesar de custarem quase o triplo das camisetas não personalizadas. "Para conquistar o jovem, não basta produzir roupas de boa qualidade", diz Antonio Nastari, um dos donos da Pakaloto. "É preciso identificar o produto com o mundo dele."

Fonte: *Veja*, 31 out. 1990, nº 1154, p. 78 e 79

Para além de produtos materiais, produtos de entretenimento também receberam atenção da revista *Veja*. Na reportagem "Tempo de porcaria" (*Veja*, 20 set. 1985, nº 1410), na seção cultura, foi feito uma análise acerca de filmes, programas de televisão, bandas e revistas consumidos pelos jovens da época. A reportagem, que inclusive foi capa da edição nº 1410, trouxe uma série de imagens que estampavam os programas favoritos dos jovens (Figuras 31 e 32) em meio a conclusões pejorativas acerca do tema. Os jovens que foram entrevistados para o artigo jornalístico não tiveram suas imagens veiculadas, algo bastante incomum para reportagens dentro da seção "cultura". Com exceção de algumas reportagens voltadas a temática da sexualidade e da AIDS, todas as reportagens tinham em suas páginas as fotografias dos jovens entrevistados, algo que não aconteceu na reportagem analisada. Um outro fator que chama a atenção no artigo foram as cores vibrantes e chamativas, algo incomum nas outras reportagens analisadas.

Figuras 31 e 32 - Produtos da indústria cultural consumidos pelos jovens



Fonte: *Veja*, 20 set. 1985, nº 1410, p. 102 e 103

No que diz respeito às representações de jovens relacionadas a noção de tribos urbanas, apenas a revista *Veja* tem uma reportagem completa voltada ao tema. Segundo José Magnani, quando a imprensa faz referências aos jovens em categorias segmentadas em referência às tribos urbanas objetiva-se “introduzir algum princípio de ordenamento num universo que se caracteriza exatamente por sua fragmentação e singularidade” (1992, p. 48). Ao se utilizar da categoria, a revista *Veja* segregou os jovens em grupos numa tentativa de facilitar o entendimento do leitor sobre os hábitos da faixa etária, pois segmentada a juventude seria menos complexa e de mais fácil entendimento aos adultos.

A reportagem intitulada “Cada um na sua” (*Veja*, 08 abr. 1992, nº 1229) trazia várias categorias em que a juventude brasileira seria dividida. As turmas, termo usado pela revista, seriam: os boys, as peruinhas, os góticos, os caipiras, os revoltados, os papos-cabeça, os adrenalina, os esbagaçados e os heavy-mauricinhos. Algumas das categorias tem imagens de seus integrantes dispostas na reportagem.

Figuras 33 e 34 - Jovens representantes das “tribos urbanas” analisadas na reportagem

COMPORTAMENTO

Cada um na sua

Dois playboys aos esbagaçados, uma nova safra de tribos urbanas traça o mapa da adolescência

Essa é para quem é do tempo em que a liberdade era uma calça velha, azul e desbotada; o adolescente brasileiro promove passieos no cemitério, se delicia com os neo-serenatos Leandro e Leonardo e pode identificar uma roupa de grife a 5 quilômetros de distância. Essa é para quem foi menino do Rio: o adolescente brasileiro implora para usar aparelhos nos dentes, adora papo-cabeça sobre parlamentarismo e troca pratas ensolaradas por um bom filme de terror. Essa é para quem tem um adolescente em casa; não se preocupe demais. Se, de repente, o garoto bem-comportado ou a garcinha de menina que você estava acostumado a ter em casa rasga as roupas a golpes impetuosos de tesoura, vacila os amáveis à procura de relíquias da era hippie e se recusa a usar qualquer outra coisa que não seja uma camiseta horrenda, puxe pela memória. É apenas um velho, conhecido e temporariamente insuperável ritual da adolescência.

Dividindo as salas de aula, os pátios das escolas, as discotecas, os shoppings e até os bairros das grandes cidades do país em zonas que se diferenciam pela tribo sonora, pelo figurino e pelos diálogos de seus frequentadores, a juventude de classe média está inventando novas tribos (ou recriando as antigas). Há de tudo, as tendências se misturam e mudam ao sabor dos ventos da moda, mas para quem tiver dúvidas sobre a espécie que abriga em casa, aqui vai um guia das tribos que mais aparecem no momento:

■ **Gótica** — Tribu que já andou pela periferia das grandes cidades durante os anos 80 e que volta agora, com novos adeptos. Usam figurinos dos negros quanto o de Morricone e entendem que a depressão é uma sensação gloriosa.

■ **Playboy** — Os mauricinhos voltam a ser chamados por sua antiga designação. Como os boys dos anos 80, os playboys de Rua Augusta a 120 por hora, idolatram os carros — Gol GTI e Kadet são os preferidos — e roupas de grife. Não se encontrará um playboy desalinado, nem sua versão feminina, a patricinha superproduzida, chamada pelos detentores de miniperna, decolada. A versão menos abonada, sem fluxo de caixa para consumir as marcas mais desejáveis, é chamada de “filhos descolados”.

■ **Capira** — Classe média alta paulistana que aderiu ao country nativo. Falam capirês (às vezes ligeiramente italianado), usam chapéus, cintos e bandanas típicos nos ombros de quinta-feira à noite. Transformistas, podem assumir o visual playboy se a ocasião pedir.

■ **Revolta** — Aqui ninguém fica “avozado” (à vontade) ao falar de roupas, carros e festas. O programa “animal” (bucana) é trocar figurinhas sobre música e falar mal dos boys. São facilmente identificados nos cinemas — sim, são eles os autores das vaia quando a tela é ocupada por certos melosos.

■ **Papo-cabeça** — Viciados em informação, devoram revistas, jornais e não perdem uma sessão de cineclube. Ignoram a existência de dançeterias e lugares da moda e são militantes ecológicos. É a turma do “tôsa questão” e do “a nível de” no Rio de Janeiro, caracterizam-se pelo revival da moda hippie, com especial carinho pela saia comprida de tecido indiano.

■ **Adrenalina** — Filhos da geração saudável. A bíblia dessa tribo é composta por esportes de ação, alimentação natural, cinema de aventura e hard rock. São mais bem comportados que o antigo modelo surfista bebo grifa e diversificam na radicalidade: encaram ondas, trilhas e montanhas com a mesma tranquilidade.

■ **Esbagaçado** — Cabelos assimétricos, moletons caídos aos pedaços, boné de beisebol invertido e, suprema realização, aparelho ortodôntico, os esbagaçados são a turma da baderna. Durante a semana gastam a energia em esportes. No sábado, vão aos shoppings para enlouquecer a segurança.

■ **Heavy-mauricinho** — Uma combinação perigosa, típica do Rio Grande do Sul. Misturam as camisetinhas adornadas por logos, tipos de bandas de heavy metal com os hermes de surfe dos adrianais e os trênis Nike dos mauricinhos. Na cabeça, bonés dos esbagaçados. No corpo, roupão estilo Robert De Niro, no filme *Cuba do Brasil*. Podem se espalhar pelo resto do país.

Boy e que é boy: cabelo curto, camiseta dentro da calça, anel de ouro. Além do visual impecável, o estudante Walter curte carros e discotecas. Gabriela, a versão feminina da tribo, assume o rótulo de peruinha e não dispensa o salto alto, o short colante com meia e os brincoes exuberantes

Jovens Bárbaros — Desde que a meninada passou a chamar os pais de “você”, falar delas. “Mas acho que é absoluta perda de tempo”, diz a paulista Júlia Beirão, 14 anos, que prefere se embriagar com as histórias arrepiantes de Anne Rice, a vampira-mestra da literatura. Ou com as aventuras em grupo nos cemitérios — visitar o Père Lachaise, o célebre cemitério de Paris, é a consagração máxima no manual dos góticos.

Os capiras também garantem não usar drogas para animar seus embalos na dançeteria Capirópolis, a 22 quilômetros do centro de São Paulo, nas quintas-feiras à noite, quando o local abriga acaloradas discussões sobre rodéios entre estudantes de colégios classe A. Mas longe dali a fantasia country cede lugar aos moletons urbanos tradicionais.

Experimentando em várias direções, nenhuma tribo atual ostenta um contrito rigoroso de fidelidade — o gótico que escorrega em uma modinha capira dificilmente perderá a cartelinha do clube. “Camei de ir à dançeteria e pagar nos shoppings. Conversar é muito mais divertido”, diz a paulista Maria Augusta Assis, 15 anos, ex-patricinha e hoje

dem se casar e ter filhos, apesar de não tolerarem muito a presença feminina no grupo. “Eles não aguentam acompanhar gente com as histórias arrepiantes de Anne Rice, a vampira-mestra da literatura. Ou com as aventuras em grupo nos cemitérios — visitar o Père Lachaise, o célebre cemitério de Paris, é a consagração máxima no manual dos góticos.”

Apesar do passe livre para as contradições, durante a pesquisa por uma tribo de teen-tem afinidade as opções ficaram poucas. “Tem gente aí menos plágio do que telefone sem fio. Acho isso um comodismo absurdo”, indigna-se a estudante paulista Elaine Vaz da Silva, 17 anos. Papo-cabeça, Elaine carrega Fernando Pessoa e Carlos Drummond de Andrade para suas palestras. Tem opinião sobre tudo e não perde nenhuma oportunidade para mostrar a ao grupo de amigos na mesa de um bar, durante um debate sobre o canalismo do filme francês *Delicatessen* ou sobre o Rio-92.

Esbagaçados: bonés de beisebol, moletons lesados, cabelos assimétricos e aparelho nos dentes. A partir da esquerda, Vladimir, Fernando, Fernanda, Leandro (no centro), Taliana e Fabrício. A turma da baderna, quando não está no fundo da classe, gasta a energia no esporte ou em bagunça nos shopping centers

VEJA, 8 DE ABRIL, 1992

Fonte: *Veja*, 08 abr. 1992, nº 1229, p. 66 e 67

Nas imagens acima (imagens 29 e 30), algumas das tribos citadas anteriormente tem alguns dos que seriam seus representantes nas fotografias da reportagem. Na primeira fotografia (imagem 29) o homem jovem seria um playboy ou boy, segundo a abreviação da reportagem, e se vestia com “camiseta dentro da calça, cabelo curto e anel de ouro” (*Veja*, 08 abr. 1992, nº 1229, p. 66), que, segundo a descrição, seria um “visual impecável” (*Veja*, 08 abr. 1992, nº 1229, p. 66). Já a jovem que posou junto com o jovem foi classificada como peruinha, uma versão feminina do playboy que “não dispensa o salto alto, short colante com meia e os brincos exuberantes” (*Veja*, 08 abr. 1992, nº 1229, p. 66).

Já na imagem seguinte (imagem 30), a categoria dos esbagaçados foi exposta. Esses jovens, segundo a legenda da fotografia, usavam “bonés de baseball, moletons lesados, cabelos assimétricos e aparelhos nos dentes” (*Veja*, 08 abr. 1992, nº 1229, p. 67) e, diferente das categorias anteriores, as peruinhas e os playboys, eles são representados por um grupo que posou de uma maneira muito mais espontânea para a fotografia da reportagem.

Figuras 35 e 36 - Jovens representantes das “tribos urbanas” analisadas na reportagem



Fonte: *Veja*, 08 abr. 1992, nº 1229, p. 68 e 69

Outras tribos que tiveram suas imagens veiculadas na reportagem foram os caipiras, na esquerda, os papos-cabeça, ao centro, os góticos na direita e os jogadores de RPG, estes últimos num quadro explicativo a parte. Enquanto nas imagens anteriores (imagens 29 e 30) as fotografias parecem ter sido tiradas em estúdio por conta do fundo branco, as outras fotografias foram tiradas em momentos de descontração dos grupos analisados. Algumas das tribos urbanas citadas na reportagem não tiveram suas imagens veiculadas para ilustrar o perfil visual do grupo para o leitor e os grupos com maior destaque foram as peruinhas e os playboys, que ganharam representações imagéticas individuais (imagem 29), enquanto as outras tribos estavam em grupos mais numerosos.

José Magnani, pesquisador brasileiro que trabalha com a temática das tribos urbanas, discorda do uso corriqueiro da palavra para designar os grupos de sociabilidade juvenis nas grandes cidades pois o termo “não é adequado para designar [...] nenhum grupo ou comportamento no contexto das práticas urbanas. Pode construir um ponto de partida, mas não um instrumento capaz de descrever [...] e explicar as realidades que comumente abrange” (MAGNANI, 1992, p. 51).

As tribos urbanas, enquanto formas de identificação de estilos, estão atreladas ao consumo e a moda. Segundo Everaldo Rocha, o consumo seria “o sistema de valores central da vida cotidiana” (2006, p. 15) e, ao estudá-lo, os pesquisadores seriam colocados em contato direto com o imaginário da cultura contemporânea jovem e urbana. No que tange a moda e a criação de estilos como forma de diferenciação e identificação, o consumo “também faz parte do sistema classificatório no qual a construção de um estilo, o investimento no gosto e a busca pela moda reforçavam a ideia do consumo como forma de estabelecer a proximidade e a diferença entre grupos sociais” (ROCHA, 2006, p. 30). É a partir do estilo e pela moda que as identidades eram moldadas, principalmente pela transformação nas subjetividades em prol do consumo de produtos culturais, duráveis ou não, potencializados pelos meios de comunicação.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir da análise de representações de jovens nas décadas de 1980 e 1990 em duas revistas dentre as de maior circulação nacional, uma série de conclusões foram obtidas como desfecho. A noção de que a representação máxima do jovem brasileiro era o jovem de classe média foi difundida por ambas as revistas de formas bastante similares. Tal premissa foi confirmada a partir de alguns fatos, como a maior parte das reportagens selecionadas serem da seção comportamento em ambas as revistas e os temas mais recorrentes dos artigos jornalísticos serem os mesmos.

Em relação aos estudos voltados a faixa etária jovem, o presente trabalho expôs fatos ainda pouco estudados que merecem a atenção de estudos historiográficos e de outras áreas das humanidades. Um exemplo de tal constatação são as comparações geracionais com a considerada icônica geração dos anos 1960 e a construção de uma narrativa que representava os jovens brasileiros em sua totalidade como reacionários em relação a geração anterior, ou, nas palavras da revista *IstoÉ*: “fiéis, ambiciosos e conservadores” (*IstoÉ*, 11 set. 1996, nº 1406).

Ao escolher a juventude como foco de análise é necessário se levar em conta que a faixa etária é uma categoria móvel e fluida, sem definições consensuais nas áreas que a estudam. Enquanto em categorias voltadas à saúde a faixa etária tem estudos mais voltados para a sexualidade e a definição do que é ser jovem é pautada por questões hormonais e biológicas, nas ciências humanas o que baliza a juventude seriam questões sociais, geracionais e comportamentais. Tal noção vai além de estudos acadêmicos e chega na imprensa, pois nas reportagens analisadas ambas as noções acerca das juventudes são visíveis.

No primeiro capítulo, os especialistas que aparecem nas reportagens foram analisados e percebeu-se que profissionais das mais diversas áreas, tanto da saúde quanto das ciências humanas, foram utilizados como recurso narrativo com a finalidade de validar o que era dito como discurso de autoridade. Nesse primeiro momento percebeu-se, a partir de uma análise das preocupações dos pais e responsáveis com os jovens, que os profissionais de suas respectivas áreas eram parte do que poderiam ser considerados de guias de condutas criados pelas revistas no que dizia respeito a criação dos filhos de seus leitores. As inquietações dos pais e leitores com seus filhos jovens ganhavam bastante destaque nas reportagens sobre os mais diversos temas,

dentre os quais se destacam a AIDS, a sexualidade juvenil e o uso de drogas, temáticas que envolviam riscos diretos a integridade física dos jovens.

Em relação ao posicionamento das duas revistas, ambas tinham temas de reportagens em comum mas também davam enfoque a determinadas áreas. Enquanto, por exemplo, a revista *Veja* focava mais artigos jornalísticos sobre os perigos em relação ao consumo de drogas, *IstoÉ* não teve reportagens sobre o tema. Tais comparações tornam as diferenças editoriais visíveis pois, apesar de serem revistas semanais que dissertavam sobre os mais diversos assuntos, as revistas não tomavam caminhos iguais. A *Veja* dava um tom muito mais alarmista e trágico para suas reportagens enquanto *IstoÉ* tinha como objetivo traduzir o comportamento juvenil para o leitor adulto.

O segundo capítulo dissertou acerca das décadas de 1980 e 1990 e os eventos marcantes no que tange às representações de juventude feitas pela revista. Nos anos 1980 o Brasil passou pelo fim de uma ditadura militar e retomou seu ciclo democrático, assim como nos anos 1990 passou por uma forte crise econômica. Enquanto nos anos 1980 o voto aos 16 anos de idade e o Rock in Rio foram peças-chave na construção de uma juventude conservadora, nos anos 1990 o evento mais marcante foram as passeatas dos caras-pintadas. Em todos esses momentos as publicações fizeram menções aos jovens como comportados e menos rebeldes em relação a combativa geração de 1960.

Já no capítulo as imagens foram exploradas como fonte. O fotojornalismo foi uma grande contribuição para tal análise justamente por classificar e delimitar as fronteiras das imagens jornalísticas, provando mais uma vez como as contribuições de áreas afins podem enriquecer o trabalho historiográfico, uma das premissas da história do tempo presente, marcada pela transdisciplinaridade.

Ao começar pela análise das capas, a porta de entrada e a principal propaganda ao leitor de uma revista, percebeu-se que os dois impressos davam mais atenção à temática juvenil quando os jovens estavam envolvidos em situações dramáticas ou perigosas, como morte por uso de drogas e AIDS. Momentos em que as capas se referiam à perfis de juventude também eram comuns, como nas duas capas da revista *Veja* voltadas ao tema. O fato mais curioso foi o da última capa analisada, em que a cultura jovem é relacionada com lixo, situação que demonstrou o posicionamento editorial da revista *Veja* com relação à faixa etária.

Com relação aos jovens negros, concluiu-se que as revistas não os consideravam modelos de juventude como os jovens brancos de classe média, uma vez que a quantidade de aparições nas imagens das reportagens, foco do terceiro capítulo, foram infinitamente menores. A juventude negra, em seus quatro momentos de aparições dentre os artigos jornalísticos analisados, aparecia como um contraponto sofrido e sério ao jovem despojado e despreocupado de classe média. Tal invisibilidade contribuiu para a formação e continuidade de estereótipos, uma vez que os negros são a parcela da população que tem a mais baixa representatividade nos meios de comunicação impressos do país (GOLZIO, 2009). Essa representação da juventude negra não deixava nítida a diferença de oportunidades entre brancos e negros no país.

No que tange a moda e o consumo juvenil analisados a partir de imagens, ficou perceptível que ambos os temas estavam intrinsecamente ligados a noção de construção de identidade e tribos urbanas, termo frequentemente usado na década de 1990 nas revistas. A partir das imagens hábitos de consumo dos jovens estudados ficaram visíveis e os mesmos podem ser entendidos também como uma síntese da desigualdade social do país, pois esses jovens consumiam produtos com valores maiores que o salário mínimo da época. Tudo o que era consumido pelo jovem de classe média que se tornava um sucesso comercial estava passível de virar uma reportagem, algo que aconteceu em alguns casos; tais padrões exorbitantes de consumo acabam virando modelo do que a juventude gostava, mesmo representando apenas uma pequena parcela dos indivíduos desta faixa etária. Os privilegiados jovens de classe média representados pelas revistas ao virarem adultos, em alguns casos, acabaram assumindo posições privilegiadas na sociedade, como na política, na mídia e etc.

O jovem de classe média era o que mais consumia e que repetia padrões de consumo e comportamento inspirados no modelo norte-americano do *teenager*. Ao considerarem o consumo como uma definição do que é ser jovem, as revistas acabavam excluindo da faixa etária outras juventudes brasileiras que não eram privilegiadas monetariamente, criando uma representação de juventude excludente e homogênea.

No que tange ao conservadorismo dos jovens, é possível inferir que tal representação foi construída a partir dos impactos do HIV no cotidiano da juventude. Segundo as revistas, a doença até então desconhecida em meados da década de 1980, foi responsável por uma mudança de paradigma na relação dos jovens com o sexo e sua sexualidade. Algumas das publicações analisadas davam destaque a jovens que se voltavam a relacionamentos monogâmicos e

heterossexuais por medo da doença, fator que foi decisivo na construção de uma representação conservadora dos costumes da juventude brasileira.

É a partir da constatação de uma construção comportamental conservadora dos jovens que as relações familiares dessas juventudes foram analisadas, bem como as representações dos mesmos em relação às suas famílias e as preocupações de seus responsáveis. Uma análise do modelo de família que as juventudes representadas ansiavam foi peça chave da análise, assim como a compreensão do modelo familiar em que essas juventudes estavam imersas.

Como um fenômeno social, a juventude vai muito além do sentido reducionista que comumente a associa a movimentos sociais ativistas ou a uma minoria generalizante que não considera a multifacetada maneira com que é vivenciada. O efeito paradoxal do campo de identificações aberto pela cultura jovem é que ele inclui pessoas de todas as idades. Neste sentido, já não cabe considerar a juventude apenas dentro de uma faixa de idade do percurso da vida: ela vem se transformando aos olhos da sociedade e seus estudiosos que buscam compreendê-la.

REFERÊNCIAS

- ABDALA JUNIOR, Roberto. Brasil anos 1990: teleficação e ditadura - entre memórias e história. **Topoi**, Rio de Janeiro, v. 13, n. 25, p. 94-111, Dec. 2012. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2237-101X2012000200094&lng=en&nrm=iso>.
- ABRAMO, Helena Wendel. Considerações sobre a tematização social da juventude no Brasil. **Revista Brasileira de Educação**: São Paulo, 1997.
- AGUIAR, Joaquim Alves de. Panorama da música popular brasileira: da Bossa Nova ao rock dos anos 80. In: SOSNOWSKI, S; SHWARTZ, J. (Orgs.). **Brasil: o trânsito da memória**. São Paulo: Edusp, 1994.
- AUGUSTI, Alexandre R. (2005) **Jornalismo e comportamento: os valores presentes no discurso da revista Veja**. 182 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre.
- BARBOSA, Marialva; RIBEIRO, Ana Paula G. O que a história pode legar aos estudos de jornalismo. **Contracampo**, v. 12, p. 51-62, 2005.
- BATISTA, Antônio Augusto Gomes; RIBEIRO, Vera Masagão. Cultura escrita no Brasil: modos e condições de inserção. **Educação & Realidade**, v.29, n.2, p. 89-124, jul./dez. 2004.
- BOCCHI J.; M. BORGES; A. LACERDA; R. MARQUES; J. REGO. **Economia brasileira**. 4.ed. — São Paulo : Saraiva, 2010.
- BORGES, Maria Eliza Linhares. **História e Fotografia**. 3ª edição. Belo Horizonte: Autêntica, 2011.
- BRAGHINI, Katya Mitsuko Zuquim. **A vanguarda brasileira: a juventude no discurso da revista Editora do Brasil s/a (1961-1980)**. 2010. 353 f. Tese (Doutorado em Educação) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2010.
- BRANDÃO, Elaine Reis; HEILBORN, Maria Luiza. Sexualidade e gravidez na adolescência entre jovens de camadas médias do Rio de Janeiro, Brasil. **Cadernos de Saúde Pública**, v. 22, p. 1421-1430, 2006.
- BURKE, Peter. **A escola dos Annales (1929-1989)**. Unesp, 1997.
- CALDAS, Paulo Cirne de. **Da contestação ao consumismo : a trajetória da cultura jovem nas páginas da revista Veja (1968/2006)**. 2007. 464 f. Tese (Doutorado em Comunicação Social) - Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2007.
- CAPELATO, Maria Helena. **Imprensa e História do Brasil**. São Paulo: Contexto/EDUSP, 1988.

CARVALHO, J. M. “O Brasil, de Noel a Gabriel”. In: CAVALCANTE, Berenice; STARLING, Helena; EINSENBURG, José (orgs). **Decantando a República**: inventário histórico e político da canção popular moderna brasileira. v.3: A cidade não mora mais em mim. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2004.

CARVALHO, Vinícius; LOHN, Reinaldo; OLIVEIRA, Carlos Eduardo. A narrativa da crise: Nova República, imprensa e transição política no Brasil (Revista IstoÉ, 1976-1985). In: LOHN, Reinaldo (Org) **História nas Bancas de Revista** - Um país impresso: entre representações e culturas políticas. Paraná: Todapalavra, 2016.

CERTEAU, Michel. **A escrita da história**. Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 1982.

CHARTIER, Roger. Defesa e ilustração da noção de representação. **Revista Fronteiras**. Dourados, MS, v.13, n. 24, p. 15-29, jul./dez. 2011.

_____. **A História Cultural entre práticas e representações**. Col. Memória e sociedade. Trad. Maria Manuela Galhardo. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1990.

CHAUVEAU, Agnès; TÉTART, Philippe. **Questões para a história do presente**. Bauru: EDUSC, 1999.

DALFOVO, Michael Samir; LANA, Rogério Adilson; SILVEIRA, Amélia. Métodos quantitativos e qualitativos: um resgate teórico. **Revista Interdisciplinar Científica Aplicada**, Blumenau, v.2, n.4, p.01-13, Sem II. 2008.

DARNTON, Robert. História da leitura. In: BURKE, Peter. **A escrita da história**: novas perspectivas. São Paulo: Editora UNESP, 1992, p. 199-237.

DIAS, Luiz Antonio. Política e Participação Juvenil: os “caras-pintadas” e o movimento pelo impeachment. **Revista História Agora**: a revista do tempo presente ed, n. 4, 2008.

DOSSE, François. **Renascimento do acontecimento**. São Paulo: Editora Unesp, 2013.

ENCARNAÇÃO, Paulo Gustavo da. Rock in Rio—um festival (im) pertinente à música brasileira e à redemocratização nacional. **Patrimônio e Memória**, v. 7, n. 1, p. 348-368, 2007.

FEIXA, Carles; LECCARDI, Carmem. O conceito de geração nas teorias sobre juventude. **Soc. estado.**, Brasília, v. 25, n. 2, p. 185-204, Aug. 2010.

FONSECA, André Azevedo da; VARGAS, Raul Hernando Osorio. Fato, trama e narrativa: um diálogo entre o Jornalismo e a Historiografia. **LÍBERO**, n. 29, p. 21-32, 2016.

FONSECA, Pedro Cezar Dutra. Gênese e precursores do desenvolvimentismo no Brasil. **Pesquisa & Debate**. Revista do Programa de Estudos Pós-Graduados em Economia Política., [S.l.], v. 15, n. 2(26), out. 2012.

FRANÇA, Maureen. Revista Geração Pop: relações entre a adolescência, a moda jovem e o contexto sociocultural no Brasil na década de 1970. **Moda Documenta**: Museu, Memória e Design Ano II - Nº 1 - Maio de 2015.

FROTA, Ana Maria Monte Coelho. Diferentes concepções da infância e da adolescência: A importância da historicidade para a sua construção. **Estudos e Pesquisas Em Psicologia**, Rio de Janeiro, v. 7, n. 1, p. 144-157, abr 2007.

GINZBURG, Carlo. Conversar com Orion. **Esboços-Revista do Programa de Pós-Graduação em História da UFSC**, v. 12, n. 14, p. 163-170, 2007.

GOHN, Maria da Glória. **Novas teorias dos movimentos sociais**. São Paulo: Edições Loyola, 2012

GOLZIO, Derval. Exclusão informativa: representação e representatividade dos negros e afrodescendentes nas capas da revista Veja. Atas Do III Sopcom, Vi Lusocom E II Ibérico, v. 3, 2009.

GONÇALVES, Hebe Signorini. Juventude brasileira, entre a tradição e a modernidade . **Tempo Social**, São Paulo, v. 17, n. 2, p. 207-219, nov. 2005.

GROPPO, Luís Antonio. Gênese do rock dos anos 80 no Brasil: ensaios, fontes e o mercado juvenil. **Música Popular em Revista**, Campinas, ano 1, v. 2, p. 172-96, jan.-jun. 2013.

GROPPO, Luís Antonio. **Introdução à sociologia da juventude**. Jundiaí: Paco Editorial, 2017.

HALL, Stuart. Quem precisa de identidade? In: SILVA, Tomaz Tadeu da (org.). **Identidade e Diferença**: a perspectiva dos estudos culturais. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.

HOBSBAWM, E. J. **Era dos extremos**: o breve século XX – 1914-1991. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.

JEANNENEY, Jean-nöel. A mídia. In: RÉMOND, René. **Por uma história política**. Rio de Janeiro: Fgv, 2003. Cap. 7. p. 213-231.

JOHN, Valquíria Michela; EBERLE, Tatiana Steffen. “Veja Só o Brasil” - a construção social da realidade em duas mil capas da Revista Veja. **Estudos em Comunicação**, n. 7, 2010.

KEHL, Maria Rita. A juventude como sintoma da cultura. In: NOVAES, Regina; VANNUCHI, Paulo. **Juventude e sociedade**: trabalho, educação, cultura e participação. São Paulo: Editora da Fundação Perseu Abramo, 2004.

KLEIN, Herbert S.; LUNA, Francisco Vidal. População e sociedade. In: REIS, Daniel Aarão (Coord.) **Modernização, ditadura e democracia (1964-2010)**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2014.

KOSELLECK, Reinhart. **Futuro Passado: contribuição à semântica dos tempos históricos**. Rio de Janeiro: Contraponto. Ed. PUC-Rio, 2006..

KOSELLECK, Reinhart. **Estratos do tempo**: estudos sobre história. Rio de Janeiro: Contraponto - PUC-Rio, 2014.

KOSSOY, Boris. O relógio de Hiroshima: reflexões sobre os diálogos e silêncios das imagens. **Rev. Bras. Hist.**, São Paulo, v. 25, n. 49, p. 35-42, Jan. 2005.

LECCARDI, C. Por um novo significado do futuro: mudança social, jovens e o tempo. **Tempo Social**, São Paulo, v. 17, n. 2, p. 35-57, 2005.

LE GOFF, Jacques. “**Documento/Monumento**”. In: História e Memória. 5º Ed. Trad. Bernardo Leitão et.al, Campinas: Editora da Unicamp, 2010, p.525-541.

LEVI, Giovanni; SCHMITT, Jean-Claude. **História dos Jovens 1** – Da Antiguidade à Era Moderna. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.

LOHN, Reinaldo Lindolfo. O teatro político e seus intérpretes: o início da redemocratização nas páginas de Isto É. In: AREND, Silvia Maria Fávero (Org) Um país impresso - **História do Tempo Presente e revistas semanais no Brasil** (1960-1980). Paraná: CRV, 2014. p. 97-122.

LUCA, Tania de. A história dos, nos e por meio dos periódicos. In: PINSKY, Carla Bassanezi (org.). **Fontes Históricas**. São Paulo: Contexto, 2005, p. 111-153.

LUSTOSA, Elcias. **O texto da notícia**. Brasília: Ed. UnB, 1996.

MAGNANI, José Guilherme Cantor. (1992), "Tribos urbanas: metáfora ou categoria?". **Cadernos de Campo**. Revista dos Alunos de Pós-Graduação em Antropologia da USP, 2 (2): 49-51.

MARCILIO, Daniel. O Historiador e o Jornalista: A História imediata entre o ofício historiográfico e a atividade jornalística. **AEDOS**, v. 5, n. 12, 2013.

MARGULIS, Mario; URRESTI, Marcelo. La juventud es más que una palabra. In: Margulis, M. (org.). **La juventud es más que una palabra**. Buenos Aires, Biblos, 1996. p. 19-32.

MENESES, Ulpiano T. Bezerra de. Fontes visuais, cultura visual, história visual: balanço provisório, propostas cautelares. **Rev. Bras. Hist.**, São Paulo, v. 23, n. 45, p. 11-36, Julho 2003.

MIRA, Maria Celeste. **O leitor e a banca de revistas**: o caso da editora Abril. Tese (Doutorado em Sociologia), Campinas, Universidade Estadual de Campinas, 1997.

MONTEIRO, José Fernando Saroba. Tempo presente: entre os métiers do historiador e do jornalista. **Tempo e Argumento**, Florianópolis, v. 10, n. 24, p. 510 - 539, abr./jun. 2018.

NERI, Marcelo Cortês. **A nova Classe Média**. Rio de Janeiro: FGV, 2008.

PAIS, José. Machado. A construção sociológica da juventude - alguns contributos, **Análise Social**, XXV (105-106), 139-165, 1990.

PEREIRA, Fábio Henrique. Da responsabilidade social ao jornalismo de mercado: o jornalismo como profissão. **Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação**, 2004.

QUADROS, Waldir. Classes sociais e desemprego no Brasil dos anos 1990. **Economia e Sociedade**, [S.l.], v. 12, n. 1, p. 109-135, jan. 2016.

REIS, Daniel Aarão. A vida política. In: REIS, Daniel Aarão (coord.). **Modernização, Ditadura e Democracia: 1964-2010 - Volume 5**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2014.

ROCHA, Everaldo. Coisas estranhas, coisas banais: notas para uma reflexão sobre o consumo. In: ALMEIDA, M.; EUGENIO F.; ROCHA, E. **Comunicação, consumo e espaço urbano: novas sensibilidades nas culturas juvenis**. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.

ROCHEDO, Aline do Carmo. Voz, Expressão e Canção: a Juventude Urbana e o Rock Nacional dos anos 1980. **Cadernos do Tempo Presente**. Edição n. 08 – 08 de julho 2012.

ROUSSO, Henry. **A última catástrofe: a história, o presente, o contemporâneo**. Rio de Janeiro: FGV Editora, 2016.

SALATA, André Ricardo. Quem é Classe Média no Brasil? Um Estudo sobre Identidades de Classe. **Dados**, Rio de Janeiro, v. 58, n. 1, p. 111-149, Mar. 2015. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0011-52582015000100111&lng=en&nrm=iso>. Acesso em 28 de julho de 2019.

SAVAGE, Jon. **A criação da juventude: Como o conceito de *teenage* revolucionou o século XX**. Editora Rocco: Rio de Janeiro, 2007.

SCALZO, Marília. **Jornalismo de revista**. São Paulo: Contexto, 2004.

SCHMITZ, Aldo Antonio. **Fontes de notícias: ações e estratégias das fontes no jornalismo**. Florianópolis: Combook, 2011.

SCHWAAB, Reges Toni; TAVARES, Frederico de Mello Brandão. O tema como operador de sentidos no jornalismo de revista. **Revista Galáxia**, São Paulo, n. 18, p.180-193, dez. 2009.

SCHWARCZ, Lilia Moritz; STARLING, Heloisa Murgel Starling. **Brasil: uma biografia**. 1a - ed. — São Paulo : Companhia das Letras, 2015.

SCOTT, Ana Silvia. O caleidoscópio dos arranjos familiares. In: PEDRO, Maria Joana; PINSKY, Carla Bassanezi. **A nova história das mulheres**. São Paulo: Contexto, 2012.

SILVA, Juliana Miranda da. **Democracia, cidadania e construção de direitos nas narrativas das Revistas *Veja* e *Isto é* (1974-1988)**. 211 p. Dissertação (Mestrado) - Universidade do Estado de Santa Catarina, Centro de Ciências Humanas e da Educação, Mestrado em História, Florianópolis, 2014.

SILVA, Fernanda Coelho da. A Juventude na Mídia Brasileira: estereótipos e exclusão. **Anagrama**, v. 1, n. 4, p. 1-10, 2008.

SIRINELLI, Jean-François. A geração. In: FERREIRA, Marieta de Moraes; AMADO, Janaina (Orgs.) **Usos e abusos da história oral**. Rio de Janeiro: FGV, p. 131-137, 1996.

SOUSA, Jorge Pedro. **Teorias da notícia e do jornalismo**. Chapecó: Argos, 2004.

Vargas, P., Azevedo, R., Santos, R., & John, V. (2015). Comunicação visual e transformações gráficas ocorridas nas capas da revista *Veja* ao longo de seus 45 anos de história. **Anagrama**, 9(2), 1-13.

VAZ, Paulo Bernardo Ferreira; FRANÇA, Renné Oliveira. (2009) **Entre o legítimo e o legitimado**: a explosão dos acontecimentos nas capas de *Veja*. In: Anais do XVIII Encontro Anual da Compós. Belo Horizonte: PUC-MG. 17 f.