

## As identidades culturais e os media: A representação do jovem na série “Descolados”<sup>1</sup>

Rafael Magalhães Angrisano<sup>2</sup>  
Giani David Silva<sup>3</sup>

### Resumo:

O processo investigativo desse artigo teve a intenção de detectar pistas identitárias da juventude nas representações televisivas brasileiras. Para isso, esse trabalho analisou os conceitos de mediatização da sociedade e o de identidade nos tempos “pós-modernos”. Com o auxílio da ferramenta analítica “modos de endereçamento”, propomos a investigação do seriado “Descolados”, na tentativa de identificar modelos de representação do jovem pelos *media*, especificamente na televisão.

**Palavras Chaves:** televisão; identidade; juventude.

### Abstract:

The research process of this article is intended to detect clues of youth identity in Brazilian television representations. For this reason, this paper analyzed the concept of mediatization of society and identity in “postmodern” times. With the aid of the analytical tool “addressing modes”, we propose to research the show “Descolados” in an attempt to identify models of representation of the young by the media, especially television.

**Keywords:** television; identity; youth.

Recebido em: 16/03/2014

Aceito em: 21/05/2014

1 Agradecimento à Fapemig pelo financiamento do projeto SHA-APQ-02269-11, Edital Universal 01/2011, que permitiu o desenvolvimento do CAPTE-CEFET-MG (Centro de Apoio a Pesquisas sobre Televisão) ao qual está vinculado este trabalho.

2 Mestrando em Estudos de Linguagens pelo CEFET-MG. Especialista em Imagens e Culturas Midiáticas (UFMG) e bacharel em Comunicação Social com habilitação em Relações Públicas pela PUC Minas. E-mail: rafael\_angrisano@hotmail.com.

3 Doutora e Mestra em Estudos Linguísticos pela UFMG. Professora do Programa de Pós-Graduação em Estudos de Linguagens (CEFET-MG). E-mail: gianids@gmail.com.

## O processo de midiaticização da sociedade e sua influência nas representações identitárias

A midiaticização é um processo em marcha na sociedade contemporânea. Trata-se do resultado da evolução de processos midiáticos instaurados nas sociedades industriais, em que os meios de comunicação possuem papel central na formação cultural e na produção de sentido.

Em uma sociedade em processo de midiaticização, todas as práticas culturais e sociais se transformam em uma relação direta com os meios. A pequena tela da televisão, por exemplo, tornou-se um lugar fundamental na produção dos espaços imaginários das cidades, ao passo que, na via oposta, o tele-espaço busca apropriar-se do espaço urbano (VERÓN, 2001).

Como se percebe na afirmação de Verón, o processo de midiaticização opera alterando as relações entre os *media*, a sociedade e o indivíduo ordinário. Por meio de um acervo dinâmico de operações tecnológicas e de um transporte de significados, a produção, a mensagem, o meio, a recepção, o cotidiano e a cultura sofrem mediações. O funcionamento da sociedade acaba por se estabelecer a partir de uma “força” que pode ser chamada de “cultura da mídia”. Diversos autores do campo da comunicação têm se debruçado sobre esse fenômeno, na tentativa de realizar uma reflexão sobre os efeitos deste processo nas dinâmicas sociais e simbólicas. Para usar os termos de Braga (2006), a midiaticização da sociedade avança a largos passos para se tornar a processualidade interacional de referência. O autor aponta os *media* como dispositivo central na construção do objeto comunicacional e da linguagem, indicando que, a partir do momento em que a midiaticização da sociedade se completar, todos os processos de interação funcionarão segundo as lógicas do novo processo interacional de referência.

Já Fausto Neto (2008) enfatiza que a midiaticização estabelece uma nova dinâmica de relações afetadas por operações que estabelecem novas interfaces entre os atores sociais e as instituições:

A convergência de fatores sócio-tecnológicos, disseminados segundo lógicas de ofertas e de usos sociais produziu, sobretudo nas últimas décadas, profundas e complexas alterações na constituição societária, nas suas formas de vida, e suas interações (FAUSTO NETO, 2008, p.92).

Na era da midiaticização prevalece a ideologia representacional. A midiaticização vem tentando se legitimar criando uma proposta de real que quer ser o tempo todo afirmado como o único e verdadeiro real, como uma nova organização sócio-simbólica. A televisão e os demais meios apontam propostas de identidades e papéis sociais para os indivíduos da sociedade industrial. Dialeticamente existe o “real social” (a cultura, as instituições, os recursos...) e a representação desse real produzida pelos dispositivos comunicacionais.

Segundo Verón (2001), os meios de comunicação não são apenas dispositivos de reprodução do real, que copiam mais ou menos fielmente a realidade empírica da cultura social, eles são também dispositivos de produção e construção de sentido. Na sociedade em processo de midiaticização, essas construções midiáticas interferem nas instituições e nas práticas sócio-culturais, estabelecendo uma relação direta entre a sociedade e as representações propostas pelos meios. Verón afirma ainda que o real produzido pelos *media* é um real múltiplo. Existem tantos reais quantos discursos que se enunciam a partir deles. Uma visão do conjunto das redes de discursos sociais sobre a atualidade nos faz perceber que o real se nos apresenta totalmente fragmentado. Deve-se ressaltar que essa fragmentação se incorporou à maneira dos indivíduos de experimentar a realidade e não representa um choque para o homem contemporâneo.

O real é o nome imaginário que nos convêm, pois o real de um sujeito é o imaginário que só ele possui, não podendo se afirmar como real verdadeiro e totalizante. A cultura de massa apresentada pelos *media* tem justamente o papel de construir pontos de convergência, pequenos universos comuns à percepção de real dos sujeitos.

O processo de midiaticização das sociedades industriais provoca, assim, um duplo movimento contraditório em relação à construção do real. No jogo do discurso, o enunciador aplica a regra da sinceridade, pretendendo nos apresentar um tipo de real que tenta se tornar legítimo. Por outro lado, o regime mediador de significação dos meios produz uma valorização das estratégias enunciativas e, nesse caso, relativiza a pretensão de verdade de cada enunciador midiático, por ser sempre um discurso vindo de uma determinada perspectiva (VERÓN, 2001).

É importante deixar claro que, apesar do avanço veloz do processo de midiaticização e sua larga influência na construção da realidade social, ele ainda não é absoluto. A profecia apontada por muitos é a de que o avanço da midiaticização atingirá o seu extremo e haverá uma transferência total das práticas coletivas para o universo dos meios. Podemos citar algumas das incompletudes e limitações da midiaticização apontadas por Braga (2006), como as dificuldades de retorno e resposta social, e problemas com a legitimação dos enunciados.

No rastro dessa idéia de que a midiaticização ainda está em processo, vem-se considerando que sua dinâmica tem avançado em etapas. A etapa mais recente da midiaticização, de acordo com Verón (2001), seria a instauração do regime indicial da significação como estratégia enunciativa de construção da realidade social. A ordem do indicial utiliza de operações metonímicas, a fim de se aproximar cada vez mais da realidade social.

Os discursos televisivos, pelos quais nos interessamos particularmente nesse trabalho, priorizam códigos e figuras do indicial para se expressarem. Em sua história, a televisão sempre deu privilégio à linguagem direta como modo de apropriação

do real pelo discurso. As realidades veiculadas na televisão são construções que tentam se aproximar do real social. Simone Rocha (2008) caracteriza a televisão como um meio de comunicação massivo, destinado a um público heterogêneo e que produz vários conteúdos através de imagens, sons e textos, funcionando como um dispositivo de reprodução do real e de produção de sentidos, que poderá influenciar na formação da identidade do indivíduo:

A construção das representações é feita narrativamente. [...] As narrativas televisivas são vistas como recursos simbólicos capazes de orientar a formulação de representações e identidades que definem o modo como os sujeitos são percebidos e avaliados mutuamente (ROCHA, 2008, p. 89).

## **A identidade como ponto de apego temporário**

Na primeira parte deste texto, dedicamo-nos a pensar o processo de midiatização na sociedade contemporânea e suas relações particulares com o meio televisivo. Nesta segunda seção, buscamos explorar a noção de identidade, a fim de compreender o lugar que ela ocupa hoje, justamente no cenário midiatizado que identificamos anteriormente.

A identidade fixa é coisa do passado. Na contemporaneidade, o indivíduo não é mais tomado como um ser autossuficiente e individualista, preocupado unicamente com sua dimensionalidade interna, como acontecia na época do Iluminismo, momento em que a identidade era vista como uma essência do indivíduo. No cenário atual, emergiu o sujeito “pós-moderno”. O surgimento desse novo sujeito ocorreu devido a uma série de fatores, como o processo de globalização e alguns descentramentos do pensamento humano, como as ideias de Foucault, Saussure, Freud, Marx e o movimento feminista. Essas ideias trouxeram várias incertezas ao nosso tempo, estremecendo o sujeito cartesiano e a racionalidade de um modo geral. As pessoas contemporâneas celebram a identidade móvel, na qual tudo é sem substância: é colocada em prática a ideia das fachadas móveis, nas quais as constituições identitárias tornam-se oscilações contínuas na sociedade (HALL, 2003).

Stuart Hall (2003) segmenta a identidade do sujeito histórico em três grandes períodos: o sujeito iluminista, o sujeito sociológico e o sujeito pós-moderno. No período iluminista, o autor afirma que a identidade das pessoas era representada em um espírito, uma substância unificada. Essa substância tinha a razão como meio para o ser humano alcançar o patamar de senhor do universo. Foi o renascimento humanista que inventou o conceito de soberania do indivíduo, dividindo a realidade humana em dois extremos (a dualidade cartesiana do real): mente e matéria. O espírito dos indivíduos era valorizado em detrimento daquilo que havia de externo, no caso, o corpo e o mundo tangível. As coisas que rondavam as pessoas serviam apenas como objetos para sua emancipação, seguindo os preceitos do projeto iluminista. Esse é o

primeiro sujeito histórico, com uma identidade bem definida pautada pela racionalidade. Hall aponta alguns acontecimentos, como o surgimento de novas mentalidades, que questionariam o projeto iluminista de identidade unificada. Essas ideias, segundo o autor, irão culminar em uma complexidade social que irá colocar o indivíduo para fora de si mesmo (HALL, 2003).

A sociologia compreensiva desenvolveu-se e apresentou problematizações ao individualismo racional, através de novas teorizações que tentaram explicar aspectos da subjetividade humana. A ideia básica era a de que as pessoas estão envolvidas pela cultura e pela história, elas realizam práticas sociais confrontando-se com outros indivíduos. Nesse momento histórico, Hall aponta para o surgimento do sujeito sociológico. O sujeito iluminista não desapareceu, de alguma forma ele continuou presente dentro desse sujeito sociológico, no entanto, esse novo sujeito conhece um pouco mais as limitações da razão humana. A visão do sujeito desse momento da história que dura até a metade do século XX é ligada às identidades nacionais e sociais, que apontam para grupos e etnias. Essa noção de identidade ainda é concreta e essencial.

O sujeito cartesiano será, enfim, erradicado a partir do final da Segunda Guerra. As certezas renascentistas são finalmente eliminadas e surge o terceiro sujeito apontado por Hall, o sujeito pós-moderno. A noção de identidade desse sujeito é frágil e fragmentada. Não existe mais nada de absoluto, nem mesmo a válvula de escape chamada razão. É o momento da emergência do indivíduo celebrador de identidades móveis, um sujeito incerto, sempre à procura de novas identificações (HALL, 2003).

Esse sujeito que emerge da contemporaneidade é um ser híbrido, que assume papéis identitários fluidos construídos de acordo com momentos sociais específicos. É perceptível uma forte tensão entre o fixo e o móvel quando se pensa em identidade. Bauman (2003) afirma que todas as pessoas tentam fazer de suas próprias vidas uma obra de arte chamada “identidade”:

Quando falamos de identidade há, no fundo de nossas mentes, uma tênue imagem de harmonia, lógica, consistência: todas as coisas que parecem – para nosso desespero eterno – falar tanto e tão abominavelmente ao fluxo de nossa experiência. A busca da identidade é a busca incessante de deter ou tornar mais lento o fluxo, de solidificar o fluido, de dar forma ao disforme. Lutamos para negar, ou pelo menos encobrir, a terrível fluidez logo abaixo do fino envoltório da forma; tentamos desviar os olhos de vistas que eles não podem penetrar ou absorver (BAUMAN, 2003, p.97).

À luz desse debate, o conceito de identidade desenvolvido por Hall (2000) não é essencialista, ele é um conceito posicional, uma escolha sujeita à interferência de uma cultura histórica e, por isso, algo que está em constante transformação. A identidade prende alguém a uma escolha, fundada na fantasia, na projeção e na idealização, algo como uma projeção idealizada. Dentro dos Estudos Culturais, o “eu” é visto de uma

maneira performativa, sendo constituído pela formação discursiva simbólica. Hall resgata a idéia de Foucault que diz que, para se chegar a uma teoria do sujeito, primeiro é preciso produzir uma teoria da prática discursiva.

Para que possa participar da vida em sociedade, o indivíduo é obrigado a assumir uma identidade, mesmo sabendo que se trata de uma representação discursiva, pois somente por meio da relação com o outro e com a sociedade como um todo é que o significado da identidade pode ser construído.

É precisamente porque as identidades são construídas dentro e não fora do discurso que nós precisamos compreendê-las como produzidas em locais históricos e institucionais específicos, no interior de formações e práticas discursivas específicas, por estratégias e iniciativas específicas (HALL, 2000, p.109).

Hall (2000), por tudo isso, evita utilizar o termo identidade. Para ele, deve-se substituí-lo por identificação para se evidenciar o processo constante de subjetivação, um processo nunca completado e sempre articulado. As práticas de significação estão sujeitas ao jogo da diferença, proposto por Hall (2000). Elas envolvem um esforço discursivo que demarca e fecha limites simbólicos. Para se consolidar esse processo de representação e posicionamento de identidade, deve-se enxergar o exterior que constitui as práticas de significação. Por esse motivo, torna-se importante refletir sobre a relação entre a identidade dos sujeitos no mundo social e os processos discursivos dos *media* como articulações.

## A cultura juvenil contemporânea

Nesse momento do trabalho, tentaremos identificar algumas pistas da identidade juvenil. Phillipe Ariés (1983) afirma que a modernidade inventou a identidade da juventude. Segundo ele, na Idade Média existiam apenas as noções de criança e adulto. Somente no século XIX a criança deixa de ser enxergada como um adulto em miniatura. A extensão da aprendizagem escolar tornou visível a adolescência, para enfim, esta se tornar uma categoria social distinguível.

João Freire Filho (2007) aponta uma visão atual sobre os jovens, oriunda de teóricos pós- culturalistas, que indicam os conceitos de hedonismo, individualismo, cinismo, consumismo e apatia política como tipicamente juvenis. O hedonismo juvenil pode ser ilustrado pela intensa liberação sexual e a busca do jovem por liberdade, através de bebidas ou drogas. O individualismo tem a ver com as características narcisistas do jovem atual. A preocupação com a beleza física tem sido priorizada em detrimento de diversos outros valores humanos. O consumismo é facilmente identificado na juventude pós-moderna. Cada vez mais produtos são focados para essa categoria, que parece ser estimulada ao vício do consumo desde cedo. A apatia política e o cinismo parecem coincidir. O jovem contemporâneo não se mobiliza para alcançar força política enquanto grupo social, como acontecia em

outros tempos. A ideia cínica de que “as coisas já não têm solução e a diversão através do consumo é o que importa” toma conta da cabeça de boa parte dos indivíduos dessa faixa etária.

João Freire Filho (2007) utiliza, ainda, o termo subcultura para definir as chamadas tribos urbanas dos jovens. As subculturas juvenis estão muitas vezes relacionadas ao conceito de resistência que, no entanto, surge desvinculado da ideia de mobilização política. Resistência, desde os anos 1980, passou a ter relação com ações mais simples e cotidianas, como o desleixo na escola ou no trabalho, caminhar sem rumo pela cidade, falar mal do patrão, cometer pequenos furtos, adotar estilos de vida alternativos e anti-materialistas, dentre outras. A contradição tem papel fundamental na geração da resistência. As subculturas juvenis realizam uma luta contra a tomada do espaço semiótico pelos símbolos dominantes. Em suas representações, os *media* empacotam e mercantilizam as subculturas, sendo capazes de criar estereótipos de comportamentos como típicos dos jovens (FREIRE FILHO, 2007).

Pensando sobre essas considerações de Freire Filho e tendo em vista o crescente papel dos meios como fonte de referências, como fica a identidade do jovem hoje frente às ofertas que os *media* trazem?

Fizemos um breve panorama da TV aberta brasileira, e encontramos um modelo de programação estabelecido pela Rede Globo, apoiado em uma dupla: as novelas e o telejornalismo. Dentre os programas preferidos dos adolescentes, tradicionalmente estão as novelas e as minisséries. No entanto, os produtos exclusivamente indicados para os jovens na TV aberta são poucos. Na Rede Globo, por exemplo, pode-se citar a novela *Malhação*, que já está no ar desde abril de 1995 e possui uma trama em que a temática principal é sempre a descoberta do amor e da sexualidade, namoros e desencontros, quase sempre com uma visão reducionista e estereotipada do jovem. Há ainda a MTV, que é um canal de música presente durante muito tempo na TV aberta e que têm como público alvo o jovem.

Escolhemos um programa como objeto de análise, que já fez parte da grade de programação da MTV, para tentarmos perceber pistas identitárias apontadas na representação televisiva do jovem: trata-se do seriado *Descolados*, uma série que possui uma primeira temporada com treze episódios. *Descolados* conta a história de três jovens que saíram da casa dos pais. Lud, Felipe e Teco, três desconhecidos na faixa dos 20 anos, tiveram suas vidas radicalmente alteradas de modo brusco. O trio se encontra em uma noite de São Paulo e acaba dividindo um apartamento. A partir daí, eles irão viver algumas histórias juntos, envolvendo sexo, festas, namoros, drogas, entrada no mercado de trabalho e sua emancipação em relação aos pais.

## Modo de endereçamento como ferramenta de análise das propostas identitárias da televisão

Através da exposição dos conceitos de midiaticização da sociedade e de sua influência nas relações individuais, sociais e culturais das pessoas; da discussão sobre a identidade, de como ela é representada e construída de acordo com alguns referenciais; e de alguns apontamentos sobre a imagem da juventude contemporânea, tentaremos, a partir da breve análise de um caso, evidenciar alguns modelos de representação da identidade juvenil na televisão. Será utilizado o conceito de modos de endereçamento para se produzir os operadores de análise do programa *Descolados*.

O termo modo de endereçamento surgiu nos estudos de cinema, a partir de um esforço de análise cultural. Essa noção foi desenvolvida para tratar de questões da relação entre o texto comunicativo e a experiência do receptor. O modo de endereçamento transita entre o social e o individual, um processo invisível, buscando representar uma relação e não um elemento específico. O receptor é chamado a absorver o texto ou produto midiático, a partir de uma determinada perspectiva. A experiência desse texto, por parte do espectador, inclui a consciência e a inconsciência de ser endereçado; trata-se basicamente de endereçar uma comunicação para alguém. Os modos de endereçamento seduzem os espectadores, para os quais a comunicação se endereça de tal forma que se assumam uma posição ou um estilo determinado (ELLSWORTH, 2001).

Itânia Gomes (2007) afirma que, desde os anos 1980, o conceito de modo de endereçamento foi adaptado para analisar a maneira como os programas de televisão constroem sua relação com os espectadores. Segundo essa pesquisadora, a importância que a televisão assumiu no Brasil ainda não trouxe como consequência métodos de análise mais adequados aos seus produtos. Muitas vezes, a TV é analisada a partir de uma perspectiva macro social, negligenciando o seu caráter de produto cultural.

O conceito de modo de endereçamento parece adequado para análise empírica de programas televisivos, pois a descrição de componentes semióticos não é suficiente para compreender as estratégias de endereçamento de um produto cultural. É preciso desenvolver operadores analíticos, que são os lugares para onde o pesquisador deve olhar dentro do produto (GOMES, 2007).

Um produto cultural estabelece um modo de comunicação, uma perspectiva própria comunicativa entre emissor e receptor. Daniel Chandler, citado por Itânia Gomes (2007), articula os modos de endereçamento para entender a relação de interdependência entre emissão e recepção na criação do sentido textual televisivo. A relação entre as imagens e os telespectadores é algo social e historicamente criado. Os próprios modos de ver são construções. (CHANDLER *apud* GOMES, 2007).

O conceito de endereçamento será utilizado para analisar como a série *Descolados* constroi um tom ou estilo, dando pistas identitárias e estabelecendo uma relação de proposta de identidade com o público receptor jovem.

### Breve análise da série “Descolados”

Ao assistirmos o programa *Descolados*, foi possível identificar alguns traços gerais ou estereótipos da juventude recorrentes nos produtos midiáticos de um modo generalizado. A partir desses traços, localizamos operadores de análise que podem ser sintetizados pelos seguintes conceitos: o caráter de rebeldia da juventude; a busca pela liberdade; o comportamento cínico; as intenções hedonistas; e o individualismo perceptível no mundo jovem.

A partir dessas chaves de leitura, faremos um breve exercício de reflexão sobre esses operadores na tentativa de encontrar nesse seriado propostas de identificação para o jovem e, com isso, apontar alguns modelos de juventude para os quais a série é endereçada.

O objeto do exercício de análise será o sexto episódio, momento em que a narrativa da série atinge o seu clímax. Dentro do conteúdo, a ilustração dos operadores de análise será feita a partir da percepção do discurso verbal e do discurso imagético presentes no episódio, em que acontece uma festa à fantasia no apartamento dos três protagonistas da série com o tema capas de discos. É uma festa na qual estão presentes cerca de cinquenta a cem jovens, com idade entre vinte e vinte e cinco anos, aproximadamente. Cada um dos três personagens principais tem um pequeno destaque no episódio. Lud vai à festa com uma roupa que representaria a capa de um disco da banda *Pink Floyd*. Ninguém na festa reconhece sua fantasia, com exceção de um rapaz que identifica a referência. Lud ficará o tempo todo querendo se envolver com esse rapaz, apesar de ele estar com outra garota. Teco usa algum tipo de droga alucinógena e permanecerá sonhando com cenas espetaculares, sentado numa poltrona, um tanto alheio à festa. Felipe estará com um amigo, disputando a capacidade de um e de outro em conseguir conquistar as garotas.

O primeiro operador analítico, mais facilmente perceptível, foi o da busca pela liberdade dos jovens. O episódio é repleto de signos que constroem um ambiente musical, no qual os jovens dançam livremente, e apresenta alto consumo de bebidas, além de muitos brindes e sorrisos. Alguns jovens continuam bebendo as últimas cervejas até o dia clarear, o que passa uma sensação enérgica de liberdade. É interessante observar o olhar de espanto dos adultos no ponto de ônibus, indo para o trabalho, ao observarem os jovens saindo da festa com roupas extravagantes, já com o dia claro. Atitudes presentes no capítulo, como a autoafirmação de Felipe e seu amigo na sedução das garotas e a iniciativa feminina na paquera, quando Lud

admite para o rapaz que o desejou a noite toda, acabando por fazer sexo com ele em seguida, demonstram o sentimento juvenil de liberdade e poder. São mostrados também, com naturalidade, casais gays, que ilustram a liberação sexual da contemporaneidade.

Os aspectos estéticos que simbolizam a liberdade são o som eletrônico, que é um som livre, sem muitas regras harmônicas, e que permite extrema liberdade na dança, assim como a sensualidade e o estilo único de muitos personagens que aparecem na festa.

Dentro do vocabulário utilizado pelos personagens, foi possível perceber algumas gírias que simbolizam, de certa forma, a liberdade. “Vou passar que nem um trator em cima da mulherada” ilustra o sentimento de liberdade e poder masculino na conquista. “Vai lá e cola nele”, demonstra a liberdade feminina e a igualdade dos sexos em um jogo de sedução.

O segundo operador é o caráter de rebeldia do jovem contemporâneo. No episódio, boa parte dos jovens da festa fuma e está partilhando drogas e bebidas, aparentemente com intenções subversivas. Há algumas cenas em que casais estão saindo do banheiro ou fazendo sexo no quarto com porta sem fechadura, o que mostra a quebra de algumas regras morais e transmite a ideia de que o jovem não se importa muito com tudo isso. O visual da maioria dos personagens também é rebelde. Alguns estão com roupas negras, fazendo referência ao *rock n´roll*, que é um gênero de música que tradicionalmente ostenta letras que vão contra o sistema. Muitos personagens usam tatuagens e *piercings* ou estão penteados de uma forma nada convencional. Percebemos que esse comportamento rebelde está mais relacionado à imagem, no sentido de querer parecer ser, do que de um sentimento real de fúria e rebeldia. Algumas expressões chulas presentes no episódio ditas com naturalidade resumem esse segundo operador. Por exemplo, expressões grosseiras de rebaixamento, geralmente alusivas ao ato sexual, são ditas de forma constante e natural, e, embora manifestem indignação, são acolhidas com bom humor e igual naturalidade.

O terceiro operador é o comportamento cínico da juventude. A ironia é algo marcante nas falas do capítulo e os assuntos são na maioria reflexões sobre temas superficiais. A sensação de felicidade de Teco com suas alucinações provocadas pela droga ilustra o cinismo juvenil diante da realidade concreta. A dissimulação dos personagens durante o ato da paquera também pode ser lida como uma atitude de cinismo. Os visuais não muito convencionais apontam um caráter cínico, pois o que há de ridículo na roupa é o que faz dela uma roupa descolada. Aqui, também percebemos expressões grosseiras que remetem ao ato sexual e a sentidos escatológicos, simbolizando ironia, negligência e cinismo, além de quebrar com as regras de comportamento e decoro esperadas de jovens bem educados.

O quarto operador é o hedonismo juvenil. O episódio mostra uma série de cenas de beijos, sorrisos e sexo, transmitindo uma sensação de diversão, prazer e felicidade dos personagens. A maioria das roupas, principalmente as femininas, tem foco na exibição da pele e das formas, o que remete à sensualidade e à insinuação sexual. O discurso verbal que sintetiza o hedonismo presente no episódio pode ser ilustrado pelas expressões: “achei que ia rolar alguma coisa”, “pegou ninguém não?”, “muito louco isso”, essa última, com o sentido de algo muito prazeroso. O consumo liberado de bebidas e a banalização do uso de drogas também podem ser vistos como prática hedonista, de pouca preocupação com a saúde e com o futuro. A própria disputa por “pegar mulher” mostra um descompromisso afetivo, exaltando o prazer pelo prazer.

O quinto e último operador de análise é o individualismo. Em boa parte do capítulo, os personagens possuem uma preocupação exclusiva com suas próprias imagens. A disputa entre os amigos para ver quem é o melhor facilita a percepção da individualidade presente na série. A preocupação de vários jovens retratados com suas aparências estéticas e com seus estilos, como algo individual e único, ajuda nessa percepção. Um ótimo exemplo de individualidade presente no episódio é a imersão do personagem drogado em seu próprio universo, induzido pelo uso do alucinógeno. Ele aproveita a festa, absolutamente sozinho. Há, também, a exibição dos personagens na pista de dança e a preocupação em “ficar” com alguém para mera satisfação do ego. O próprio sentido de turma, de grupo, frequentemente associado ao comportamento jovem, aparece diluído, enfraquecido. Os personagens parecem orbitar em torno de si mesmos, sem laços de amizade aparentes. Algumas expressões do episódio sintetizam o egoísmo e o individualismo: “já desencanei desse carinho”, “aquele cara é um xarope”, “otário”, “sem essa, maluco, você passou...”.

Através da análise dessa pequena amostra empírica, chegou-se à conclusão de que o endereçamento desse seriado ocorre a partir de um duplo movimento. Ao mesmo tempo em que o produto é direcionado para uma categoria juvenil generalizada, representada pelos estereótipos e ações, já conhecidos por todos nós, ele também é focado em um gênero de jovem específico, o adolescente paulistano de classe média, que possui influências culturais anglo-saxônicas, como o *rock n´roll* e a música eletrônica. A experiência desse seriado, por parte do jovem que assiste, tem incluídas a consciência e a inconsciência de ser endereçado, como afirma Ellsworth (2001). Os modos de endereçamento de *Descolados* seduz o jovem de um modo geral, para que esse assuma o estilo da própria série.

*Descolados* é um típico seriado que propõe uma identidade juvenil, que tem a ver com a ideia de juventude livre, em constante mutação emocional, que busca o prazer a partir do consumo e do comportamento despreocupado e independente. Ocorre um movimento metonímico entre a identidade da juventude proposta para ser endereçada na série e o conceito de identificação afirmado por Hall (2000). Percebe-se que não há nada de fixo e concreto nas atitudes dos jovens da série. Durante

todo o tempo, eles buscam pontos de apego identitários, para poderem se agarrar e resistir à fluidez de suas vidas.

## Comentários conclusivos

Vivemos em uma sociedade em vias de midiaticização, na qual os meios alteram, de forma inexorável, os processos sociais, culturais e a inteligibilidade da vida. O real afirmado pelos media tenta se tornar, de todas as formas, o único e legítimo real. Nesse caso, a partir de uma vocação representacional, os media empacotam identidades em forma de pílulas para serem consumidas. A televisão tem suma importância nesse processo, por ainda ser a mídia de maior consumo pela população e utilizar de recursos indiciários para se aproximar do real social.

A identidade do nosso tempo, ou a posição-de-sujeito, por ser algo fragmentado, que se dá através de um processo de subjetivação que prende alguém a uma escolha fundada na fantasia e em uma idealização cultural, sofre uma inquestionável influência da articulação discursiva mediatizada em sua construção.

A ocorrência da identidade se dá no plano discursivo, através de um ponto de encontro, ou ponto de sutura, como afirma Hall (2000). Ela é o produto de uma vitoriosa articulação discursiva, que fixa uma posição simbólica. São os significados que as representações produzem que transformam a experiência social e produzem o sentido daquilo que os indivíduos julgam ser.

As representações produzidas pelos media fazem com que as pessoas se posicionem em relação à realidade. Os indivíduos sofrem influências das representações da família, da escola, das instituições e, sobretudo, dos media, que se adensam para se tornar a processualidade interacional de referência, usando os termos de Braga (2006).

A identidade de jovem é, portanto, uma posição-de-sujeito recorrente através de várias representações mercantilizadas pelos media. A juventude representada pelos meios não possui traços cem por cento fidedignos aos que estamos acostumados a ver pelos estereótipos sociais. Essas representações são propostas de identidade, endereçadas para segmentos juvenis, com o intuito de vendagem de um estilo ou forma tribal, de uma subcultura.

As subculturas são tentativas de deter essa fluidez do tempo “pós-moderno”, na intenção de criar algo fixo, no caso, uma identidade grupal. A formação de subculturas tomou o lugar dos extensos coletivos e das identidades monolíticas. Hoje, como afirma Bauman (2003), as pessoas perderam seus referenciais, sua autonomia como indivíduo. A liberdade da contemporaneidade, de poder ser tudo aquilo que você quiser ser, dialeticamente causa o efeito da falta de segurança por parte das pessoas. Bauman aponta a autonomia individual como uma causa do temor, da dúvida, que só podem ser preenchidos pelo aconchego de uma comunidade.

Apesar do tempo em que vivemos ser o do neoindividualismo e do narcisismo exacerbado, os jovens buscam fugir da frialdade construindo uma identidade grupal, através do encaixe à lógica das subculturas e das narrativas midiáticas.

## Referências

- ARIÉS, P. História social da criança e da família. Rio de Janeiro: Ed. Guanabara, 1981.
- BAUMAN, Z. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.
- BRAGA, J. L. **Sobre “mediatização” como processo interacional de referência**. GT Comunicação e Sociabilidade, 15º Encontro Anual da Compós, Bauru: junho de 2006. CD-ROM.
- CHANDLER, Daniel. **Semiotics for Beginners** Disponível em: <[www.aber.ac.uk/media/Documents/S4B/semiotc.html](http://www.aber.ac.uk/media/Documents/S4B/semiotc.html), acesso em 15/08/2003>.
- FAUSTO NETO, A. **Fragmentos de uma “analítica” da midiática**. In: MATRIZES. Revista do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade de São Paulo – Abr – 2008. São Paulo: ECA/USP, 2008, p. 89 – 105.
- FREIRE FILHO, J. **Reinvenções da resistência juvenil: Os Estudos Culturais e as micropolíticas do cotidiano**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.
- GOMES, I. **“Questões de método na análise do telejornalismo: premissas, conceitos, operadores de análise.”** In: Revista e-compos, edição 8, abril 2007.
- HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2003.
- HALL, S. **“Quem precisa de identidade?”** In: SILVA, Tomas Tadeu da Silva (org.). *Identidade e diferença: A perspectiva dos Estudos Culturais*. Petrópolis: Vozes, 2000, pp.103-133.
- ROCHA, S. **“Estudos culturais e estudos de mídia: modos de apresentação dos sujeitos em programas televisivos.”** In: Revista Líbero, nº21, junho 2008.
- VERÓN, E. **El cuerpo de las imagenes**. Buenos Aires: Norma, 2001.
- ELLSWORTH, E. **“Modo de endereçamento: uma coisa de cinema; uma coisa de educação também”**. In: SILVA, Tomas Tadeu da Silva (org.). *Nunca fomos humanos*. Belo Horizonte: Autêntica, 2001.