



## Juventude, política e MTV

Julia Nepomuceno Ribeiro \*

**Resumo:** O aparente distanciamento da atual juventude brasileira em relação à política e a cada vez mais evidente importância dos meios de comunicação de massas no processo democrático, nos levou a questionar não apenas as novas formas que essa juventude estaria experimentando de fazer política como também qual o papel da mídia neste processo. Este trabalho tem como objetivo analisar como a Revista MTV, um meio de comunicação de massas direcionado ao público jovem, aborda a política em suas matérias e como procura aproximar seu leitor de determinadas questões que estão colocadas hoje e que podem servir como indícios de que, definitivamente, a relação da juventude com a política já não se dá mais nas esferas institucionais dos partidos e sindicatos, e sim em movimentos mais fragmentados, de afirmação de identidades, de ações individuais.

**Abstract:** Politics has become apparently distant reality for Brazilian youth currently and the importance of mass communication in the democratic process that has become even more evident, had led us to question not only the means by which young people approach politics but also the role of the media within this process. The objective of this work is to analyze how the MTV Magazine (Revista MTV), a means of mass communication aimed at a young public, approaches politics in its reports and how it seeks to promote knowledge of specific current

---

\* Graduada em Ciências Sociais pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (2002), concluiu mestrado em junho de 2007, sob o título de "Juventude Brasileira e Política: uma análise da revista MTV" na Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. [julia.nepomuceno@gmail.com](mailto:julia.nepomuceno@gmail.com)



Neamp

issues which may be used as an indicator that the relationship between youth and politics definitely does not happen inside the parties and labor unions themselves but in more fragmented specific movements, for identity build-up, for individual actions.

Zuenir Ventura, na ocasião do lançamento de seu livro “1968 – O que fizemos de nós”, uma edição revisada de seu best-seller publicado em 1988 “1968 – O ano que não terminou”, disse que é preciso corrigir a má-vontade que temos em relação à geração atual de jovens e procurar entender o que eles são e o que querem. Algumas pesquisas recentes, como a da Fundação Perseu Abramo, realizada em 2003, e a do Ibase em parceria com o Instituto Polis, de 2005, procuram, nessa mesma linha, compreender a juventude brasileira dos dias de hoje, seus temas de preocupação e interesse, seus hábitos, medos, como os próprios jovens se vêem e se colocam no contexto nacional e como a política faz parte de suas vidas. Esse tipo de pesquisa, que procura entender a juventude de forma mais ampla, inserida em um determinado contexto sócio-econômico cultural, é essencial para que possamos olhar para esses jovens com outros olhos, como propõe Ventura.

Segundo as duas pesquisas acima mencionadas, os jovens estão dispostos a pensar os problemas tanto da juventude como do país como um todo, mas acabam esbarrando em algumas dificuldades. Antes de mais nada, é extremamente complicado exigir dos jovens uma luta e um engajamento por um país melhor quando lhes falta condições mínimas de sobrevivência e a violência, o desemprego e a educação aparecem entre suas principais preocupações. Outro fator é que apesar da observada disposição da juventude para participar politicamente das questões do país, ela não encontra espaços para fazê-lo. Organizações tradicionais de participação política, como partidos políticos e movimentos estudantis já não são mais procurados, indicando a crise pela qual passam essas instituições. Assim, 55% dos entrevistados não confia no governo federal, 61% não confia nos vereadores, 65% não confia nos partidos políticos e 64% não confia nos deputados e senadores. Não é de se estranhar, portanto, que 92% dos jovens nunca tenha participado de reuniões de partidos políticos ou 96% nunca tenha participado de atividades políticas.

A pesquisa Ibase/Polis constatou que, apesar de apenas 8,5% dos participantes afirmarem que participam da política, 65,6% afirmaram que procuram se manter



informados sobre o que acontece nessa esfera, o que indica que a maioria dos jovens acaba demonstrando um interesse pela política, pois ainda que não participem efetivamente, se mantêm informados sobre essa questão. Além disso, são os jovens com maior nível de escolaridade (Ensino Médio completo ou mais) os que mais se consideram politicamente participantes, são 10,2%, contra 7% dos entrevistados com o Ensino Fundamental incompleto e 8% com Ensino Médio incompleto. Segundo a pesquisa Perseu Abramo, 54% dos jovens considera a política importante e 33% a considera mais ou menos importante. Cruzadas as respostas com o nível de escolaridade dos entrevistados, observa-se que os jovens com curso superior, em sua grande maioria, 79%, classificam a política como muito importante, contra 58% dos jovens com ensino médio e 45% com ensino fundamental que consideram o mesmo. O nível de escolaridade, portanto, está diretamente ligado à percepção que os jovens têm da importância da política.

Assim, podemos observar que ocorre uma cada vez mais profunda desconfiança no governo e nos políticos como um todo, mas não na política em si. Isso pode ser confirmado ao constatarmos que a participação dos jovens se dá agora, cada vez mais acentuadamente, em espaços políticos não formais, formas de ação coletiva que passaram a ser mais valorizadas por eles justamente por fugirem dessa desacreditada forma de política, que não foi capaz de atender às demandas sociais e concretizar suas promessas.

O fato das antigas formas de participação política, como os partidos, sindicatos e movimentos estudantis não moverem mais os jovens como antes acabou estigmatizando a geração atual como *alienada*. Os jovens dos anos 60, caracterizados por sua luta política, por sua utopia e seu desejo de mudar o mundo, parecem configurar um *tipo ideal* de comportamento, que acabou assim por fazer da condição juvenil, em essência, um período do qual se espera utopias e ideais de transformação (ABRAMO: 1994, 13). A partir disso, portanto, a juventude atual é caracterizada como alienada, como incapaz de uma consciência crítica, como uma traidora dos ideais que a juventude representa. Assim, é necessário analisar a fundo as condições sociais e históricas sob as quais viveram, e vivem, as juventudes, “*a fim de tornar perceptíveis as peculiaridades atuais, não como confirmação ou desvio de um conteúdo essencial e universal da juventude, mas como respostas vinculadas ao contexto social em que se realizam*” (Abramo, 1994:13). É



Neamp

preciso deixar claro que apesar de gerações anteriores de jovens serem vistas como revolucionárias, quem estava engajado de fato nos movimentos de vanguarda era uma minoria que, apesar de ter feito “barulho” o suficiente para definir uma geração inteira, era ainda uma minoria.

No entanto, outra linha de pesquisa começa a delinear-se. Schmidt (2001), citando Abramo, aponta para o fato de que atualmente, cada vez mais, podemos perceber o envolvimento de jovens em outros tipos de ações individuais e coletivas, e que isso pode indicar o *desenvolvimento de um senso democrático através de formas ainda não devidamente pesquisadas*” (Schmidt, 2001: 208).

Assim, propomos aqui uma outra linha de análise da relação que os jovens estabelecem com a política atualmente. À medida que outros espaços, não formais, de atuação política vão sendo conquistados e ocupados por eles, não seria possível levantarmos a hipótese de que se esse movimento não estaria ampliando as possibilidades de participação política entre os jovens? Segundo Carvalho (2004),

*“Diferentemente das gerações anteriores, que trazem em suas histórias de vida experiências de participação política baseadas nos ideais revolucionários socialistas, na ação sindical e na organização dos trabalhadores ante o conflito de classes, a inquietude política dos jovens encontra hoje outro ambiente de recepção. O campo da ação política hoje se apresenta menos nucleado pelo confronto ideológico da sociedade de classes. Traz as marcas da redefinição das fronteiras entre as esferas pública e privada, da valorização da cultura, das identidades e do meio ambiente como novos espaços de expressão política”* (Carvalho, 2004: 55).

O próprio movimento estudantil, há muito desacreditado após o enfraquecimento da UNE, viu uma chance de ressurgir com a invasão da reitoria da UnB em abril deste ano e com a vitória dos estudantes face à renúncia do reitor Timothy Mullholand, suspeito de desviar recursos. Segundo o historiador Marco Antônio Villa, da UFScar, esse movimento só foi possível e teve sucesso porque os estudantes mudaram seu discurso e deram um novo foco às suas reivindicações. Assim, os estudantes não lutaram contra o capitalismo ou pela reforma agrária, mas pediram melhores condições de ensino e responsabilidade na administração dos recursos da universidade. Para Villa, quando os estudantes percebem



Neamp

que podem ter autonomia em relação aos partidos políticos e que não são apenas massa de manobra, a participação acontece.

É através portanto de outros tipos de experiências, mais fragmentadas e menos totalizáveis que os jovens estão dispostos a participar e a fazer política atualmente. Segundo Sposito (2003) *“os principais estudos realizados até agora indicam que a diversidade de formas de manifestação – estilos musicais variados, do rock ao rap, passando pelos ritmos de origem africana e pelo funk, a dança, as artes plásticas, o teatro, os esportes, entre outros – não impede, no entanto, a identificação de alguns traços comuns: o desenvolvimento da auto-estima e de atribuições positivas no processo de construção da identidade; a mobilização para uma presença diferenciada nos espaços públicos; o estímulo às formas coletivas de ação e de solidariedade no âmbito de sociabilidades fragmentadas e desagregadoras; o surgimento de conflitos sociais em torno dos direitos da população jovem e de políticas públicas voltadas para esse segmento”* (Sposito, 2003: 25).

### **Juventude e Democracia: o que a mídia tem a ver com isso?**

As transformações sociais, políticas e culturais recorrentes na sociedade acabaram equipando os meios de comunicação com outras funções, dando-lhes status de atores sociais capazes de intervir na realidade. As novas tecnologias acabam, assim, por estabelecer outras formas através das quais as pessoas podem se informar e também conceber e exercer seus direitos. Nesse contexto, a mídia voltada ao público jovem ganha também visibilidade. No momento em que, cada vez mais, os meios de comunicação influenciam valores, mentalidades, hábitos e atitudes dos adolescentes, o compromisso social dessas empresas torna-se de extrema importância, ao mesmo tempo em que se evidencia a necessidade de analisar de perto o que essas empresas estão disponibilizando aos jovens, em termos de qualidade, inteligência e criatividade.

A pesquisa *A mídia dos jovens* realizada pela ANDI (Agência de Notícias dos Direitos da Infância) em parceria com o Instituto Votorantin, que vem analisando publicações para adolescentes desde 1997, aponta que desde seu surgimento essas



Neamp

publicações no Brasil tinham como conteúdo, em sua maioria, matérias que tratavam de comportamento e entretenimento. No entanto, houve de 1997 a 2004, ano da publicação do último relatório da pesquisa, uma grande evolução no número de matérias que tratavam de temas denominados pela pesquisa como de *Relevância Social* (matérias que podem provocar reflexão nos leitores). No fim do ano de 1997, o índice de matérias desse tipo, em revistas e suplementos de jornais era de 26,87%, passando, no começo de 2004, para 57,54%.<sup>60</sup> O crescimento do número de matéria de Relevância Social se deve, segundo o relatório, às soluções criativas encontradas pelas publicações para falar de outros temas com seu público, como política, direitos, participação e mobilização social.

Segundo o relatório da ANDI, a presença de matérias que tratam de política, que na grande maioria das publicações para jovens se restringe ao período eleitoral, deveria ser uma prática mais freqüente, que abordasse também a participação política para além do voto. É importante que a política que se faz no dia-a-dia tenha relevância e visibilidade, e é papel dos meios de comunicação esclarecer o fato de que “(...) *melhorar o ambiente da sua escola ou do bairro pode ser tão socialmente relevante quando votar com consciência e cobrar os compromissos assumidos pelo candidato em que se votou*” (ANDI: 2005, p.24). Outro relatório publicado pela ANDI, fruto do seminário “*Eu decido! Juventude, comunicação e participação*”, realizado em agosto de 2006, traz recomendações para a mídia dirigida ao público jovem quando trata de política. Segundo a publicação, os meios de comunicação devem sempre expandir o conceito de política para além do período eleitoral, divulgando ações locais como as descritas acima, valorizando seu potencial político e mobilizador. Além disso, os meios devem procurar explicar nomenclaturas, processos, leis e funções de cargos ocupados por políticos a seu público, contribuindo para que a política não apareça sempre como algo incompreensível e distante. Além disso no Brasil, onde as políticas públicas voltadas aos jovens ainda são escassas e isoladas, fazendo com que este grupo seja um dos mais prejudicados no cenário nacional, os meios de comunicação a eles direcionados têm fundamental importância, pois podem apresentar noções de direitos, caminhos para a participação e interlocução do

---

<sup>60</sup> Fonte: “A mídia dos jovens” relatório 2002/2003/2004



Neamp

governo com a juventude, além de provocar o senso crítico de seu público quanto àquilo que acontece à sua volta (ANDI:2004, 23).

O relatório da ANDI, que analisou o crescimento do número de matérias cujo conteúdo era de Relevância Social, indica que outro fator que contribuiu para o aumento desse índice foi a maior cobertura dada pelos meios às ações dos próprios jovens e grupos de jovens, abrindo espaço para o que pensam, como agem, quais seus desejos e aspirações, colocando em pauta, para a sociedade como um todo, a atenção que se deve dar a essa parcela da população.

### **Política na Revista MTV**

Na edição 57, de fevereiro de 2006, A Revista MTV trouxe matéria intitulada “*Um dia a casa cai*”, que tratava do Congresso Nacional Brasileiro. A matéria, do jornalista e escritor Lucas Figueiredo, foi veiculada logo após a convocação extraordinária do Congresso em Brasília, que levantou questões junto à opinião pública quanto aos salários e bônus dos congressistas e seus dias de férias.

O Congresso Nacional, segundo o texto, “*é a mais pura expressão do Brasil*” e alerta para o fato de que a responsabilidade pela presença dos políticos que lá estão é de todos nós. Em quatro páginas o texto traz informações sobre o salário dos parlamentares, comparando-os com os da maioria dos assalariados brasileiros, e destaca os pagamentos extras recebidos quando há convocações extraordinárias, o auxílio moradia, a verba para pagamento de funcionários e manutenção de escritório. Além disso a matéria traz informações sobre os partidos, qual a maioria na Câmara e no Senado e qual o caminho que uma proposta de emenda à Constituição deve percorrer até que seja aprovada.

Tendo como pano de fundo a convocação extraordinária, a matéria traz também valores e dados, como o montante que o país gasta com esse tipo de convocação, quantos parlamentares compareceram no Congresso e quantos abriram mão dos salários extras. Também dá atenção ao fato de que os salários extras, após forte pressão popular, foram extintos e as férias diminuídas. No fim, a matéria termina com um alerta e uma convocação: “*Foi uma bela lição. Tanto para os parlamentares quanto para os cidadãos*”



Neamp

*brasileiros. Resumo da ópera: cabrito bom é cabrito que berra. E, sendo assim, vamos berrar!”*. (Revista MTV 57, p.83).

Um das campanhas que tratam de política que mais causaram repercussão na mídia e na opinião pública foi a campanha, lançada próxima às eleições presidenciais de 2006 intitulada “*Manifesto ovos e os tomates*”. Essa campanha, veiculada primeiramente na televisão, também teve espaço não apenas na Revista MTV como também no *blog* que faz parte de seu *site*, gerando muita discussão. Segundo Mauro Dahmer, responsável pela criação de campanhas de utilidade pública e cidadania da MTV Brasil e que durante algum tempo manteve uma coluna na Revista MTV e assinou a seção “*Tome conta do Brasil*”<sup>61</sup>, o objetivo da campanha era “*chamar a atenção para o descabro político no qual o país estava metido e o baixo nível da propaganda eleitoral dos partidos. Chamar a atenção para a hipocrisia e a lógica marqueteira que terminaram por esvaziar o debate político comprometendo a qualidade da representação política. Também queríamos combater o voto cordeirinho do qual os jovens são vítimas*”.<sup>62</sup>

Para muitos críticos da campanha, o que estava sendo feito principalmente era uma apologia ao voto nulo, além de distanciar, ao contrário do que aparecia como seu principal objetivo, o jovem da política. A crítica baseava-se não só na radical rejeição apresentada pela campanha em relação aos políticos, ao programa eleitoral e ao cenário político atual, mas no fato de que os jovens vêm no voto um instrumento importante de participação.

Segundo divulgação do TSE, o número de jovens que tirou seu título eleitoral aos 16 anos em 2006 aumentou em 39% em relação a 2002. Além disso, segundo a antropóloga Regina Novaes, secretária nacional adjunta de Juventude e presidente do Conselho Nacional de Juventude, em artigo publicado no *site* da Carta Maior, intitulado “*Juventude e eleições, para além dos ovos e tomates*”, a pesquisa da UNESCO, “*Juventudes Brasileiras*”, realizada em 2004 com 10 mil jovens brasileiros de todos os estados, de 15 a 29 anos, mostra que 68% deles acredita que o voto é importante para

---

<sup>61</sup> Mauro Dahmer também dirige documentários, funciona, em suas palavras, “como uma espécie de editor para as pautas sociais”, e também é responsável por alguns contatos e parcerias entre o canal e outras instituições como UNICEF e ANDI. Criou campanhas como “*Tome Conta do Brasil*”, “*Pacto MTV*”, “*Desligue a TV e vá ler um Livro*”, “*Manifesto Ovos e Tomates*”, além de campanhas sobre meio-ambiente e prevenção ao HIV/AIDS, entre outras e, segundo ele, “acho que sou o cara que mais gosta de política na MTV...”

<sup>62</sup> em entrevista à autora.





Neamp

mudar a situação do país, e 66% não concorda em não votar nas eleições. Ainda segundo a antropóloga, o que deveria ser feito, justamente para além da polêmica dos ovos e tomates, seria divulgar as outras formas de participação política experimentada pelos jovens, como ONGs, rede de mulheres jovens, juventude negra e indígena, jovens rurais, jovens homossexuais, jovens portadores de deficiência. Segundo a autora,

*“O convite é para que se conheça mais as criativas e pouco divulgadas experiências em curso. Conhecendo, fica difícil dizer, a priori, que estes grupos não estejam produzindo em uma “linguagem jovem”, a não ser que se considere que tal linguagem seja monopólio de alguém ou de algum canal.”<sup>63</sup>*

Segundo relatório baseado no seminário *“Eu decido! Juventude, comunicação e participação”* realizado pela ANDI, o voto nulo, legítimo e previsto em lei, assim como os votos brancos e válidos, deve ser problematizado e não apenas desqualificado ou, ao contrário, exaltado. Discutir e analisar o significado do voto nulo, se ele está relacionado a uma postura de não compactuar com o sistema ou de buscar outras formas de participação política, ou ainda, se está ligado à falta de informação e de opção é importante para a compreensão desse tipo de atitude. A campanha *“ovos e tomates”* mesmo que tenha ajudado, segundo Mauro Dahmer, a transformar a previsibilidade das campanhas e dos argumentos políticos e a estimular o debate, apresenta a política aos jovens de modo extremamente negativo, não só pelo próprio *slogan* como pelo fato de não mencionar atitudes positivas que podem aparecer como alternativas à participação política que muitas vezes é limitada apenas ao voto. A campanha, ao limitar-se a apresentar o governo e a oposição como as únicas opções existentes, e questionar ao jovem *“De que lado você vai ficar?”*, sugere que não há realmente alternativas. Além disso, o próprio fato de seus criadores afirmarem que seu objetivo não era o voto nulo, e sim o levantamento de questões pertinentes à participação e ao papel do jovem na política, uma campanha mais completa poderia ter sido apresentada, tratando não apenas da indignação e da imobilidade, mas de como essas questões poderiam transformar-se em ações afirmativas.

---

<sup>63</sup> Novaes, R. “Juventude e eleições, para além dos ovos e tomates” disponível em [http://agenciartamajior.uol.com.br/templates/colunaMostrar.cfm?coluna\\_id=3309](http://agenciartamajior.uol.com.br/templates/colunaMostrar.cfm?coluna_id=3309) (acesso em 1/05/2007)



Neamp

A matéria “*(Boa) ação e (boa) reação*” colocou em pauta as pequenas atitudes individuais que podem contribuir para mudar o mundo. O texto do editor Ademir Correa aborda o fato das pessoas estarem sempre procurando um culpado para os problemas do país e do mundo e não fazerem elas mesmas alguma coisa relevante para que isso seja transformado. Trazendo a opinião de músicos e artistas, a matéria procura alertar o jovem de que ações aparentemente pequenas, como não jogar lixo na rua, não comprar coisas exageradamente, ser mais paciente com as pessoas, podem ter conseqüências muito positivas. Segundo relatório da ANDI, “*os profissionais da mídia devem expandir o conceito de política em seus veículos, mostrando que a política vai além do voto em eleições e vai além das atividades do Congresso Nacional ou do executivo. Ações aparentemente ‘pequenas’ do ponto de vista político convencional podem ser muito transformadoras e influenciam na vida das pessoas.*”<sup>64</sup>

Assim, são apresentados alguns aspectos problemáticos da sociedade atual, como a falta de cordialidade, o excesso de lixo e poluição visual, o estresse causado pela correria do dia-a-dia e os escândalos da política, e em seguida “boas idéias” que poderiam contribuir para minimizá-los.

A grande mensagem que a matéria procura passar é a do “pense globalmente e aja localmente”, ou “*ação local-mudança global*”, como colocado no texto. Como em outras matérias da revista, o texto convoca o jovem leitor a tomar algumas atitudes: “*que tal se engajar em algumas delas ou criar sua própria, botando banca de responsável e consciente do seu papel. O lance é se mexer antes que seja tarde*” (Revista MTV 57, p.64).

Aqui, é importante observar que a política é tratada como algo importante e também como um instrumento que pode auxiliar nessa “tomada de atitude” que a revista propõe ao leitor. Além disso, o próprio conceito de política, e de como é possível atuar, também é expandido. Essa característica pode ser observada em outras matérias da revista, que procura de alguma forma passar ao jovem não apenas sua parte de responsabilidade pelos governantes que ajudou a eleger, como também o papel que poderia desempenhar a partir de atitudes individuais em relação a outros temas.

---

<sup>64</sup> Relatório “Eu decido! Juventude, Comunicação e Participação Política”, s/pg



A publicação, assim também como a emissora de televisão, informa e procura conscientizar, mas quem irá exercer o papel, tomar uma atitude, é o jovem.

### **Juventude e Política: o que eu tenho a ver com isso?**

A partir dessas matérias podemos tirar algumas conclusões de como a Revista MTV aborda questões políticas e como procura aproximar o jovem dos temas que delas fazem parte.

A primeira grande característica que pode ser apontada é a *atitude*. Aqui esse conceito pode ser entendido tanto no seu uso cotidiano, que segundo o Dicionário Aurélio pode ser definido como ação ou comportamento, como no sentido que, segundo Schmidt (2001), é emprestado da psicologia social, o de *atitude política*, “*disposição relativamente persistente para agir diante de uma situação política*” (Schmidt, 2001: 45). Esta parece ser a palavra de ordem da revista – que não por acaso tem como slogan “música e atitude”. É possível observar nas matérias que descrevemos que todas procuram fazer com que os jovens percebam a importância do tema e, a partir disso, percebam o que eles têm a ver e o que podem fazer em relação a isso. Como na edição de maio de 2003, na qual o colunista Mauro Dahmer escreve:

*“Vale organizar protestos, criar campanhas, conversar com os amigos, trocar e-mails, pressionar o congresso, buscar espaços na imprensa, organizar festas e campeonatos de protesto. Enfim, criar um ambiente próprio de discussões e propostas que ninguém criou antes.”*

É importante observar que para essa atitude que a Revista MTV procura estimular no jovem não há uma fórmula, uma jeito correto de ação que o texto propõe.

É importante notar, no entanto, que ao mesmo tempo em que estimula uma tomada de atitude por parte do jovem, ele mesmo, como ator social, não possui muito espaço na publicação e acaba sempre excluído da discussão. Em todas as matérias analisadas, a opinião do jovem nunca foi apresentada. Há sempre o espaço para o artista, e também para que diferentes fontes se manifestem como jornalistas, escritores, mas nunca para que o



Neamp

próprio jovem se coloque em relação ao assunto em questão. Se a Revista MTV acredita, como escrito no primeiro editorial de sua editora, “*que existe vida inteligente entre os jovens*”, por que não ouvir o que os próprios têm a dizer, e como se colocam em relação aos assuntos discutidos? Na Revista MTV há espaço para que os leitores enviem textos e desenhos, o “*You Space*”, e nesse espaço eles podem se expressar como quiserem. No entanto, ao tratar de temas como o aumento do salário dos deputados e senadores, a decisão de como votar, o atual cenário político do país, ou mesmo nas matérias que abordam outras questões relacionadas ao Brasil e ao resto do mundo, a opinião dos jovens não é levada em conta. Evidenciar o jovem como um formador de opinião, e também usar exemplos de jovens que se mobilizaram em prol de alguma causa faria mais sentido em uma revista que a todo momento provoca o leitor para que ele próprio tome uma atitude.

No entanto, ainda que pudessem ser mais abrangentes nesse sentido, essas matérias são importantes não só por levantarem determinadas questões junto aos leitores como também por mantê-los informados em relação a esses temas e para contribuir no reconhecimento da política como algo fundamental na sociedade por parte dos jovens. Outro aspecto importante que podemos apontar aqui é a preocupação da Revista MTV em extrapolar a política, indo justamente além de questões que envolvem apenas a política em seu sentido mais restrito, institucional, que passa pelas eleições, políticos e partidos. Como vimos anteriormente, a relação que os jovens estabelecem atualmente com a política vai cada vez mais de encontro a ações individuais e movimentos culturais, de raça, gênero, organizações ambientais e outros. É claro que os jovens estão acenando com um outro tipo de participação política, e isso em muito se deve à atuação dos próprios políticos e seus partidos.

Como já dissemos, há uma concepção, por parte dos jovens, de que a política é importante, que é através dela que os problemas poderão ser contornados. A questão agora é procurar investigar como essa juventude, que não acredita mais nas possibilidades de mudanças a partir das práticas tradicionais, vai atuar. Mauro Dahmer sintetiza bem essa nova forma de participação:

*“Penso que a garotada está mais ligada em questões culturais, de expressão, conquistas individuais e afins. Buscam experiências diretas de democracia aonde tenham algum papel mais relevante e com aplicações práticas em suas sociedades*



Neamp

*e grupos sociais... Acho que o hip-hop em São Paulo é um fenômeno cultural e essencialmente político feito por jovens que se organizam em posses e tudo mais e dominou a cidade inclusive esteticamente. As questões de sexualidade e meio-ambiente também estimulam discussões políticas ao circular pela sociedade e são muito mais definidoras das conquistas políticas do que aquilo que acontece no congresso e palácios do país. Acho que a política hoje está mais ligada aos direitos civis e a uma redefinição dos espaços políticos para a qual os partidos estão cegos. Enquanto os partidos se preocupam em repartir cargos a garotada quer aplicações práticas e experiências concretas de participação. Cedo ou tarde isso fará a diferença..”<sup>65</sup>*

Ainda que este trabalho não seja capaz de dar conta do que significam hoje essas experiências políticas em termos de diversidades de movimentos e intensidade de participação juvenil, e que os caminhos que nos levam a definir, finalmente, o que são movimentos políticos e o que pode ser classificado como tal ainda não estejam totalmente definidos, fica aqui a proposta de uma discussão e de uma análise futuras, que abordem quais resultados positivos esses movimentos foram capazes de produzir para os indivíduos e para a sociedade.

## **Bibliografia**

- ABRAMO, H. W. (2005). “Condição juvenil no Brasil contemporâneo”. In: *Retratos da juventude brasileira – análises de uma pesquisa nacional*. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo.
- ABRAMO, H. W. (1994). *Cenas juvenis – punks e darks no espetáculo urbano*. São Paulo: Página Aberta.
- CARVALHO, I. C. (2004). “Ambientalismo e juventude”. In: NOVAES, R. e VANNUCHI, P. (orgs.). *Juventude e Sociedade – trabalho, educação, cultura e participação*. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo.
- Eu decido! Juventude, comunicação e participação – recomendações para jornalistas e sugestões de pauta sobre juventude e política*. (2006). Seminário realizado em São Paulo.
- Relatório A Mídia dos Jovens*. (2005). Andi/Instituto Votorantin.
- SCHMIDT, J. P. (2001). *Juventude e política no Brasil: a socialização política dos jovens na virada do milênio*. Santa Cruz do Sul: EDUNISC.

---

<sup>65</sup> em entrevista à autora.



Neamp

SPOSITO, M. P. Os jovens no Brasil: desigualdades multiplicadas e novas demandas.

São Paulo: Ação Educativa.

SOBRINHO, W. P. "Movimento estudantil ressurgiu 40 anos depois de seu auge".

<http://www1.folha.uol.com.br/folha/brasil/ult96u3870.shtml> (consultado em 26/07/2008)

VIANNA, L. F. "Zuenir Ventura revê 68 olhando o presente".

<http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult96u5945.shtml> (consultado em 26/07/2008)