

METRÓPOLE E CULTURAS JUVENIS: ESTÉTICAS E FORMAS DE EXPRESSÃO ¹

Dra. Rita de Cássia Alves Oliveira²; Dra. Andréa de Souza Almeida³;
Marlyvan Moraes de Alencar⁴

Centro Universitário SENAC-SP

RESUMO

Este artigo busca relacionar design, metrópole e intervenções urbanas dentro do contexto do deslocamento juvenil no espaço da metrópole, ação que ultrapassa o sentido do simples movimento e se torna uma prática transformadora do território urbano, definidora de identidades, pertencimentos e atuações políticas. Grafites, pichações e *stickers* são algumas das marcas deixadas pelos jovens no espaço público da cidade e são elas o objeto deste trabalho que se insere em projeto de pesquisa Design, Metrópole e Consumo cultural desenvolvido no Centro Universitário Senac de São Paulo.

PALAVRAS-CHAVE

DESIGN – METRÓPOLE – INTERVENÇÕES URBANAS – CULTURAS JUVENIS

Introdução

As imagens são frutos das experiências humanas, são produções do espírito. Nas últimas décadas elas têm passado por uma intensa revalorização cognitiva; vemos aumentar o interesse pela reflexão sobre os processos ligados a elas: produção, recepção, percepção, linguagens, mercados, etc.. Refletir sobre as imagens significa

¹ Trabalho apresentado ao NP Comunicação e Culturas Urbanas, do VI Encontro dos núcleos de Pesquisa da Intercom.

² Rita de Cássia Alves Oliveira é doutora em Antropologia. Pertence ao corpo docente do Centro Universitário SENAC-SP, onde ministra aulas de Antropologia Visual nos cursos de graduação e pós-graduação *lato sensu* em Design e Fotografia. Pertence também ao Departamento de Antropologia da PUC-SP. E-mail: ritacao@uol.com.br

³ Andréa de Souza Almeida é doutora em Comunicação. Professora da Faculdade de Comunicação e Artes SENAC SP e da Faculdade de Arquitetura e Desenho Industrial do Mackenzie SP.

⁴ Marlyvan Moraes de Alencar é mestre em Comunicação e Semiótica, doutoranda em Ciências Sociais pela PUCSP. Professora da Faculdade de Comunicação e Artes SENAC SP.

olhar para o imaginário do homem moderno; implica em voltar nossos olhos para as práticas, formas de expressão e estéticas que envolvem o cotidiano humano.

Durante o ano de 2005 a pesquisa “Imagem, imaginário e consumo cultural” desenvolvida no Centro Universitário SENAC-SP dedicou-se a investigar as relações entre as imagens e o imaginário mediadas pelo consumo cultural. Partiu-se do pressuposto de que as dinâmicas de apropriação dos bens culturais e seu papel na definição de estilos de vida e na estruturação das narrativas contemporâneas articulam-se, inevitavelmente, pelas complexas relações entre a produção e consumo de imagens permeadas pelo imaginário.

Um dos principais eixos teóricos que articula a pesquisa, o consumo simbólico, foi tratado no âmbito da construção das identidades na metrópole contemporânea. Como os indivíduos preservam sua autonomia e individualidade neste espaço complexo e em constante mutação? As apropriações simbólicas (as ruas metropolitanas, TV’s e redes de informática) foram considerados como os lugares de produção de sentido, chaves interessantes para olhar o homem moderno, suas representações, seus imaginários e formas de expressão. Estas são relações estéticas que conectam as apropriações simbólicas às construções das identidades.

A partir dessas considerações surgiram, então, eixos temáticos mais gerais, tais como o design, a metrópole e o consumo cultural. Para melhor considerá-los em sua perspectiva de realização futura, tais eixos foram conectados a alguns possíveis objetos de reflexão e análise. Entre eles, privilegiou-se a reflexão sobre culturas juvenis como elemento nodal para a continuidade do projeto. A partir de 2006 o projeto “Design, metrópole e consumo cultural”⁵ dá continuidade à investigação propondo uma reflexão sobre as apropriações e intervenções juvenis verificadas na metrópole (grafites, pichações, *stickers* e lambe-lambes), assim como suas representações a partir da articulação entre design, culturas juvenis e a cidade.

A base fundamental desse projeto encontra-se na investigação “Jovens urbanos: concepções de vida e morte, experimentação da violência e consumo cultural”⁶ (BORELLI, ROCHA, SILVA, OLIVEIRA e SOARES, 2003) desenvolvida na Pontifícia Universidade Católica de São Paulo entre 2002 e 2003. O objetivo principal desse trabalho foi captar as concepções de vida e morte articuladas à experimentação da

⁵Equipe de pesquisadoras: Rita de Cássia Alves Oliveira: doutora em Antropologia; Andréa de Souza Almeida: doutora em Comunicação; Marlyvan Alencar: mestre em Comunicação e Semiótica; Sílvia Helena Simões Borelli: doutora em Ciências Sociais; Elaine Cristina Brisque: aluna do curso de Tecnologia em Design de Multimídia, bolsista de Iniciação Científica (CNPq-PIBIC).

⁶ Equipe de pesquisadores: Sílvia Helena Simões Borelli, Rosamaria Luiza de Melo Rocha, Gislene Silva, Josimey Costa da Silva, Rita de Cássia Alves Oliveira e Rosana de Lima Soares.

violência e à complexa rede de apropriações simbólicas. A concepção de uma juventude nômade, ao mesmo tempo universal e particular (MORIN, 1984) mostrou-se fundamental para a compreensão das dinâmicas de apropriação territorial e sensorial, assim como para captar as aproximações entre universos sociais distintos da amostragem. Criou-se uma metodologia multidimensional que privilegiou recortes de cunho qualitativo, utilizando questionários, entrevistas em profundidade e observação etnográfica como instrumentos de pesquisa de campo. Foram selecionados jovens entre 15 e 24 anos, moradores da cidade de São Paulo, em bairros das zonas sul (Jardim Ângela, Cidade Dutra, Capão Redondo) e oeste (Vila Madalena, Pinheiros, Perdizes e Lapa). Essa circunscrição do espaço de realização da pesquisa decorreu, por sua vez, de investigação anterior realizada também na PUC-SP (MARCIGLIA, PAVEZ e OLIVEIRA, 2002) na qual o mapa de mortalidade juvenil do município de São Paulo apresentava dois nítidos “bolsões” relativos a duas realidades socialmente díspares: a zona sul, região periférica, com altos índices de violência e mortalidade juvenil, poucas áreas de lazer e transporte público deficitário e a zona oeste, área próxima ao centro da cidade, com uma juventude dotada de alto capital cultural, baixos índices de mortalidade juvenil, boa rede de transporte público e diferenciadas opções de lazer, inclusive públicos. Na primeira, a violência juvenil envolve as “mortes anunciadas”, aquelas diretamente relacionadas às condições de vida do entorno e a qualquer momento podem atingir os jovens. Na zona oeste, a das “mortes inesperadas”, apresenta índices de mortalidade juvenil motivados principalmente por acidentes de trânsito, assaltos ou roubos de carros.

Esta pesquisa que agora tem início pretende utilizar esta mesma base territorial para o trabalho de campo; o convênio estabelecido entre o SENAC e a PUC visa intensificar as trocas investigativas entre as instituições, oferecendo à esta nova pesquisa uma base segura para iniciar suas atividades. A idéia é realizar, até o final de 2007, diagnóstico e análise das intervenções urbanas juvenis nos mesmos bairros trabalhados pela investigação realizada pela PUC-SP com a intenção de compor uma plataforma comum, facilitadora do diálogo entre as pesquisas, contribuindo assim para um aprofundamento da reflexão sobre as culturas juvenis e suas relações com a metrópole

Da articulação entre design, metrópole, culturas juvenis e apropriações simbólicas foram estabelecidos dois eixos temáticos que definem, ao mesmo tempo, os objetivos específicos e a metodologia adotada na investigação.

O primeiro envolve as culturas juvenis, seus nomadismos e apropriações da metrópole e visa analisar alternativas de inserção de grupos juvenis no cotidiano da metrópole paulistana, a partir de uma perspectiva que coloque em relação o campo do design, da comunicação e da antropologia. O objetivo é avaliar as interconexões entre experimentações temporais e vivências/apropriações territoriais de jovens urbanos, articuladas às concepções de juventude e de consumo cultural. Tomando por base o adensamento do debate teórico sobre juventude na contemporaneidade e ancorando-se, projetualmente em um protocolo metodológico, a pesquisa propõe a delimitação de eixos teórico-metodológicos capazes de detectar “mapas de tensões” e destacar, entre outros: nomadismos (espacial, temporal e sensorial), temporalidades e socialidades revelados, em especial, nos modos de construção subjetiva propiciados pela ocupação de espaços urbanos, públicos e privados, e pela relação com as novas mídias e tecnologias e às possibilidades de configuração de sensórios, sensibilidades e sociabilidades.

O segundo eixo temático diz respeito às comunicações visuais juvenis e tem como objeto o design comunicacional da metrópole, especificamente a comunicação visual ligada às intervenções juvenis, suas linguagens estéticas, suportes, materiais, percursos e escritas. Comunicações presentes nos espaços públicos tais como: grafites, lambe-lambes fixados em paredes e postes, cartazes de intervenções culturais e os adesivos gráficos (*stickers*). Este eixo pretende articular os comportamentos urbanos juvenis às comunicações visuais empregadas, promovendo um levantamento dos nomadismos a partir das escrituras juvenis que poderá se concretizar num inventário dessas intervenções. A partir da prospecção fotográfica do material coletado será feita uma análise detalhada pelo viés do design e da antropologia visual, uma vez que essa ação espontânea se manifesta e se prolifera no espaço urbano, espelhando um comportamento típico dos diversos grupos juvenis que habitam a cidade. O propósito é identificar as técnicas empregadas e as referências de linguagens mais usuais e interpretá-las através de grupos temáticos específicos. A relevância desse projeto de pesquisa está na reflexão sobre a comunicação visual contemporânea no espaço público, seus desdobramentos e transgressões que resultam em manifestações ousadas, provocando intervenções tanto comunicacionais quanto estéticas.

As recentes transformações tecnológicas e sociais impõem novas relações entre o Estado e os diversos setores da cultura e da comunicação que faz com que cada vez mais seja necessário pensar os espaços públicos em suas articulações com as culturas juvenis. A possibilidade da constituição de políticas públicas voltadas para as

culturas juvenis em suas relações estéticas com as cidades pode significar a revalorização destes espaços, assim como o resgate das sociabilidades juvenis e o direcionamento das suas forças expressivas para um desenvolvimento metropolitano menos conflituoso e violento. O objetivo último dessa pesquisa é contribuir para a reflexão sobre o papel do Estado e sua capacidade de ação através das políticas públicas possíveis e desejáveis voltadas para as juventudes, suas apropriações territoriais e formas de expressão. Disso recorre a possibilidade de constituição de políticas públicas alternativas à lógica das indústrias da cultura, valorizando atores sociais imprescindíveis para o resgate das identidades juvenis atreladas às suas regiões de origem ou de atuação cultural.

A metrópole e o design

Com Walter Benjamin aprendemos que emerge com a Modernidade uma cultura imagética impulsionada pela reprodutibilidade técnica, alterando a paisagem urbana, o cotidiano e o *sensorium* dos homens metropolitanos. A partir de então o imaginário passa a ser "mobiliado" (MORIN, 1984) pelas imagens e pelos produtos culturais derivados da cultura imagética produzida em escala industrial.

Esta *grafologia* do homem moderno ganha novos ares com os cartazes de rua, *homens sanduíches*, cartões de visita e o emergente mercado editorial (HOLLIS, 2000). A Modernidade dos panoramas, das galerias, das Exposições Universais e das ruas das metrópoles enfatiza o olhar acionada pela articulação entre arte e técnica, cidade e multidão (BENJAMIN, 1991). A consequência dessa vida metropolitana é a intensificação dos estímulos nervosos e a atitude de reserva. A partir desse momento, esses indivíduos terão sua percepção definitivamente marcada pela atitude *blasé* que filtra as informações e permite protegê-los em suas jornadas pelas ruas agitadas e barulhentas (SIMMEL, 1973). Ao mesmo tempo, no interior das residências, dos bares e cabarés a boemia artística inicia sua vida cotidiana pautada pela estetização dos modos de ser e de viver na tentativa de transformar sua existência numa obra de arte. É o início da constituição dos estilos de vida, a partir das apropriações e escolhas que compõem o consumo simbólico (FEATHERSTONE, 1995).

Sabemos que a constituição do campo do design envolve uma acirrada disputa simbólica pela legitimação e hegemonia tanto técnicas quanto estéticas (BOURDIEU, 1983). É um rico universo simbólico que retrata a história visual de uma sociedade, documenta situações, estilos de vida, hábitos, valores, rituais e atores

sociais. Ao mesmo tempo, o imaginário é a fonte de onde jorram as imagens e os significados que vão compor a produção das indústrias da cultura (MORIN, 1987 e 1997). O design é linguagem (forma e conteúdo) relacionada ao *sensorium* e ao imaginário que se transforma e é transformado pelo desenvolvimento das metrópoles.

Trata-se, de perceber o modo como se produzem as alterações, não apenas relacionadas à técnica e à tecnologia, mas também referidas à experiência cotidiana. Estas duas esferas da existência humana, técnica e experiência, aliás indissociáveis afetam-se mútua e dialogicamente. As alterações na técnica e no modo de produção atrelam-se às transformações do *sensorium*. Emergem, a partir daí, mutações nos modos de percepção e, conseqüentemente, na experiência social.

O ponto central desse projeto é a articulação entre o design, metrópole e apropriações simbólicas. As relações entre o design e a metrópole já foram explicitadas por vários autores, entre eles Lucrécia D' Alessio Ferrara (2002), que discute tanto a arquitetura urbana como o design visual e aborda questões relacionadas à visibilidade e visualidade analisando os componentes urbanos e refletindo sobre o universo de referências imagéticas simbólicas, pertinente ao contexto e coerente com a cultura contemporânea:

Na cidade, a cultura é construída e o modo de ser dessa construção constitui elemento de mediação e de comunicação da sua identidade urbana; porém, ambas se distinguem pela maneira como se concretizam e pela possibilidade de sua decodificação. (FERRARA, 2002: 138)

Outro autor importante na articulação design e cidade é o historiador Giulio Carlo Argan que, em *História da Arte como História da Cidade*, faz uma abordagem de aspectos que contribuem para a evolução do traçado urbano. No capítulo específico “A Crise do Design” identifica uma *crise profunda do design*, manifestada pelo avanço científico e industrial em contrapartida à conservação política. Isso vai diferenciar a ação do projeto, ligada historicamente ao desenvolvimento da sociedade, da ação da programação visual como princípio de ordem da existência social.

Explica-se, assim, o design como processo da existência finalística não apenas na sociedade, mas de toda a realidade; é o design que promove uma coisa ao grau de objeto e coloca o objeto como perfectível, ou seja, participante do finalismo da existência humana. A presente crise, portanto, é uma crise global; o mundo moderno tende a deixar de ser um mundo de objetos e sujeitos, de coisas pensadas e pessoas pensantes. O mundo de amanhã poderia não ser mais um mundo de projetistas, mas um mundo de programados. (ARGAN, 1992: 252)

Autores como Peter Dormer (1995) e Ezio Manzini (1993) refletem sobre o significado do design no século XXI, diante do grau simbólico exigido por uma sociedade altamente diversificada e em constante mutação. Dormer afirma que uma das funções do designer gráfico é a interface entre o anúncio e a realidade, ou seja, espelhar de forma estratégica um conteúdo que contempla um “ideal” social, diante de comportamento e equilíbrio estético. Manzini, por sua vez, discute os percursos do design, equacionando a imaginação criativa às possibilidades de produção, unindo pensamento e prática para gerar a discussão dos modos do saber.

O design gráfico desenvolve-se como campo do conhecimento e de produção ao longo do século XX impulsionado pelos mesmos elementos que recolocaram a imagem no centro da produção e consumo culturais: emergência de uma cultura midiática, a segmentação dos mercados e dos universos simbólicos, o surgimento de novas linguagens e formas de expressão e a popularização do acesso às ferramentas e técnicas de produção de imagens e das artes gráficas. Refletir sobre este processo significa olhar para o imaginário do homem moderno; implica em voltar nossos olhos para as práticas, linguagens e estéticas que envolvem o cotidiano deste *sapiens* dos últimos séculos.

O conceito de design foi sendo construído ao longo da sua evolução histórica, numa trajetória abrangente desde a sua concepção. Inicialmente definia-se o design através de um ato projetual, explícito por uma metodologia, fases delimitadas para atender a solução de problemas decorrentes das necessidades sociais ou mercadológicas e no uso de uma tecnologia que resultava numa linguagem plástica coerente ao universo do usuário no sentido da melhoria da sua qualidade de vida. Na atualidade, o design está ligado à comunicação de informações, seja através de uma solução formal para atingir uma ação específica, seja pela forma significativa com que uma linguagem ou expressão visual passa uma mensagem.

Comunicar, antes de tudo, significa construir um código acessível ao contexto de sua inserção para tornar comum o seu objetivo, provocando a participação, o fazer saber, estabelecendo relação, no sentido de fazer-se entender. Essa ação da comunicação é acima de tudo a criação de um diálogo, a partir de convenções preestabelecidas, e o design constrói essa linguagem. No uso de um suporte, permite a visibilidade da mensagem, a reunião adequada ao material, desenhos, cores, tipografias, dispostos de uma forma reconhecida e identificada culturalmente, geram uma expressão simbólica.

De certo modo, o design procura purificar as formas tradicionais, inventar outras novas, mais adequadas ao mundo urbano, mas o imaginário do design parece ao mesmo tempo exigir uma transformação do mundo adequado aos «novos» objectos. Esta permanente telescopagem que vai do mais pequeno objecto à própria forma do mundo e vice-versa, é bem sintomática de uma guerra estética promovida pelo design vanguardista. (MIRANDA, 1998: 6)

Culturas juvenis, formas de expressão e apropriações da metrópole

Os jovens têm uma relação particular com as ruas e com a cidade. Nas cidades modernas há muitas maneiras de ser jovem: a metrópole apresenta-se como “panorama sumamente variado e móbil que abarca seus comportamentos, referências identitárias, linguagens e formas de sociabilidade” (MARGULIS e URRESTI, 1998: 3). A excursão pelas ruas organiza o ciclo da vida e articula a percepção do espaço urbano e o tempo cotidiano dos jovens (FEIXA, 1998). As esquinas são os espaços privados dos grupos juvenis: ali se encontram, apropriam-se do território, constroem sua identidade.

Esses jovens da virada do milênio transformaram-se no espelho da vida metropolitana: convivem com as aglomerações cotidianamente; resistem, como podem, à homogeneização e ao anonimato das grandes cidades; inserem-se no fluxo constante de pessoas, veículos, informações, imagens.

Nas últimas décadas do século XX todas as grandes cidades passam a ter regiões inteiras ocupadas por jovens que as transformam em espaços de lazer noturno. Nesses bairros de ocupação juvenil pode-se desfrutar de certa liberdade. São locais de encontro de amplos grupos de adolescentes e estudantes que marcam a recuperação festiva da rua como lugar de articulação das relações sociais. São espaços de interação imediata. Nas ruas desses bairros o intenso fluxo de informações e valores faz-se acompanhar pelo fluxo dos indivíduos que circulam incessantemente por diversos lugares.

Essa metrópole pode ser lida. Há um complexo sistema de práticas e um sofisticado universo imaginário inscrito nestas superfícies. Walter Benjamin (1989, 1991) propôs que a legibilidade das imagens da cidade poderia compor um caminho interessante para a realização de radiografias da Modernidade:

a partir da leitura da superfície da metrópole, o crítico procura ver o rosto da modernidade ‘de dentro’, investigando os traços da cultura burguesa, a mudança de padrões culturais, o imaginário social e político e a ação dos intelectuais, mediadores culturais e produtores de imagens. (BOLLE, 2000: 20)

Como um fisionomista, Benjamin mostra que é possível ler a mentalidade e a mitologia de uma época por meio das imagens e da superfície da metrópole; isso compõe a cultura do cotidiano, as imagens de desejo, os “resíduos e materiais aparentemente insignificantes” (BOLLE, 2000: 43).

Na virada do milênio a vida na metrópole contemporânea está cada vez mais agitada e colorida. Os muros, postes e mobiliário da cidade enchem nossos olhos com as mensagens gráficas dos grafites, pichações e *stickers*. Na concorrência com os anúncios publicitários e políticos, com as arquiteturas, organizações urbanísticas e sinalizações de toda espécie, esse tipo de prática vai ganhando as grandes cidades mundiais na medida em que as culturas juvenis vão se destacando na esfera cultural, social, econômica e política.

A metrópole é também espaço de escritura onde várias parcelas da sociedade vão deixando suas marcas. Está cotidianamente sendo reescrita por seus habitantes nas práticas do espaço. As metrópoles contemporâneas tornam-se labirintos de imagens: existe um vocabulário de imagens e uma “paisagem de cartazes [que] organiza nossa realidade”. Como nas sepulturas e nas pinturas pré-históricas, essa escritura traz um discurso imaginário em “imagens dos sonhos e da repressão de uma sociedade” (CERTEAU, 1995: 45).

Os jovens são responsáveis por boa parte destas inscrições, já que seus nomadismos os colocam em fluxo constante. A sensibilidade e prazer estéticos característicos do *Homo sapiens* encontram aí solo fértil para seu desenvolvimento. As marcas juvenis que cobrem as cidades trazem, nas suas formas, a convergência de linguagens e a estética da diversidade que as caracterizam. As paredes e os muros são, para eles, espaços vazios onde cada grupo escreve seu nome e batiza o território. Os grafites e as pichações envolvem processos coletivos que se convertem em signo de identificação territorial; fazem parte das estratégias concretas de apropriação do espaço, da construção de um território próprio: as culturas juvenis distinguem, com suas marcas, determinados espaços urbanos por elas apropriados (FEIXA, 1998). Por intermédio do prazer estético, todo um universo imaginário juvenil encontra-se inscrito nas superfícies das metrópoles.

Estas escrituras juvenis são formas de expressão resultantes de suas práticas cotidianas, a começar pela construção das identidades e dos pertencimentos grupais que resistem à homogeneização e indiferença da sociedade midiática. Por meio das intervenções urbanas estes jovens refazem sua relação com a metrópole; transformam os espaços públicos em territórios apropriados, repletos de afetividades, relações,

histórias. As novas formas de sociabilidade encontram nestas práticas de intervenções coletivas as delimitações das apropriações territoriais e das atuações políticas; a intervenção gráfica nas ruas é também uma forma de luta e de debate ideológico; um formato atual de contracultura que privilegia a consciência, a expressão e a denúncia (MARTÍN-BARBERO, 1998).

A escrita jovem que invade as metrópoles atesta que, para eles, não há demarcação de territórios para a luta ou para o debate políticos. O *rock*, o *rap* e o grafite recolocam as questões-chave das “comunicações sutilmente subversivas” (DOWNING, 2002: 155). Essas linguagens juvenis que colore as cidades fazem parte das formas de intervenção e de atuação política desses meninos e meninas da virada do milênio. Num momento em que os partidos políticos e os sindicatos já não conseguem mais organizar e dar um sentido a essas disputas, a eles resta expressar sua indignação com a apropriação individual dos territórios ou em pequenos grupos de afinidades ideológicas ou artísticas.

As apropriações simbólicas não relacionam-se apenas a conteúdos (diferentes signos), mas dizem respeito também e especialmente às formas, ou seja, às diferentes práticas significantes. Como na Modernidade as identidades se tornam móveis, múltiplas, pessoais e mutantes, é possível distanciar-se da tradição e eleger, entre várias possibilidades, novas e valiosas identidades ofertadas pelo cenário cultural. A moda, especialmente entre as culturas juvenis, é peça-chave na construção da identidade; a televisão e a música estruturam identidades e comportamentos, assumindo as funções que tradicionalmente correspondiam a mitos e ritos (integração numa ordem social, proposta de valores dominantes, modelos de pensamento, formas de vida). A música, especialmente, articula saberes, valores e sensibilidades (GONZALES, 1998), delimitando também os pertencimentos e as apropriações territoriais.

As culturas juvenis articulam-se a construção e a adoção de estilos. Com a Modernidade, a industrialização e o consumo de massa, assumir um estilo é o principal caminho para a afirmação da identidade (FEATHERSTONE, 1995; MAFFESOLI, 2000). Os jovens constroem e expressam sua identidade com base nas complexas escolhas simbólicas que estão à sua disposição como num excitante hipermercado de imagens, símbolos, territórios, ideologias, referências, modas, objetos, bebidas, comidas, etc. Essas identidades, assim, tornam-se narrativas articuladas por meio do consumo e da produção culturais. Na sociedade midiática e urbana contemporânea, os indivíduos fazem parte de vários grupos, aos quais se ligam por mecanismos de projeção e identificação nos mais diversos sentidos. Os fenômenos grupais atuais

apontam para a questão dos sentimentos e experiências compartilhados; para Maffesoli (2000:104), a estética, como faculdade comum de sentir e experimentar, é o melhor ângulo para abordar essa questão.

As ruas metropolitanas são os cenários que alimentam a apropriação imaginária do mundo. As culturas juvenis encontram nos espaços públicos da cidade os territórios que informam suas práticas cotidianas, seus valores e suas estéticas. A metrópole é, ao mesmo tempo, *locus* do consumo simbólico e suporte da expressão do imaginário e da visão de mundo dos jovens que a ocupam.

Bibliografia

- ALMEIDA, Andréa de Souza. *Aspectos da identidade do design de comunicação dos cartazes de eventos culturais de São Paulo*. São Paulo, ECA/USP, Tese de Doutorado, 2005.
- _____. *A sedução da comunicação visual: embalagem do bombom Sonho de Valsa*. São Paulo, Universidade Mackenzie, Dissertação de Mestrado, 1998.
- ARGAN, Giulio Carlo. *História da arte como história da cidade*. São Paulo, Martins Fontes, 2000.
- _____. *Arte moderna*. São Paulo, Companhia das Letras, 1998.
- AUGÉ, Marc. *Guerra dos sonhos*. Campinas, Papirus, 1998.
- _____. *Por uma antropologia dos mundos contemporâneos*. Rio de Janeiro, Bertrand Brasil, 1997.
- _____. *Não-lugares: introdução a uma antropologia da supermodernidade*. Campinas, Papirus, 1994.
- BENJAMIN, Walter. *Obras escolhidas: magia e técnica, arte e política*. São Paulo, Brasiliense, 1985.
- _____. *Obras escolhidas III: Charles Baudelaire um lírico no auge do capitalismo*. São Paulo, Brasiliense, 1989.
- _____. "Paris, capital do século XIX". In: KOTHE, Flavio (org.). *Walter Benjamin: sociologia*. São Paulo, Ática, 1991, p. 30-44.
- BOLLE, Wille. *Fisiognomia da metrópole moderna*. São Paulo, EDUSP, 2000.
- BORELLI, Silvia Helena Simões e ROCHA, Rosamaria Luiza de Melo (coord); SILVA, Gislene; COSTA, Josimey; OLIVEIRA, Rita Alves de; SOARES, Rosana de Lima. *Jovens urbanos: concepções de vida e morte, experimentação da violência e consumo cultural*. Relatório FAPESP. São Paulo, 2003.
- BORELLI, Silvia Helena Simões. "Jovens em São Paulo: lazer, consumo cultural e hábitos de ver TV", *Revista Nômadias. La singularidad de lo juvenil*, nº 13, DIUC, Universidad Central, Bogotá, outubro/2000.
- BOURDIEU, Pierre. *Gosto de classe e estilos de vida*. In: *Pierre Bourdieu / Renato Ortiz* (org.). Trad. Paula Monteiro e Alcía Auzmendi. - São Paulo: Ática, 1983.
- CANCLINI, Nestor Garcia. *Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização*. Rio de Janeiro, UFRJ, 1997.
- CANEVACCI, Massimo. *Antropologia da comunicação visual*. Rio de Janeiro, DP&A, 2001.
- CERTEAU, Michel. *A cultura no plural*. Campinas, Papirus, 1995.
- _____. *A invenção do cotidiano: artes de fazer*. Petrópolis, Vozes, 1996.
- CUBIDES, Humberto J.; TOSCANO, Maria C. L.; VALDERRAMA, Carlos E. H. (org.). *Vivendo a toda: jóvenes, territorios culturales y nuevas sensibilidades*. Bogotá: Siglo del Hombre/DIUC, 1998.

- DORMER, Peter. *Os significados do design moderno: a caminho do século XXI*. Portugal, Centro Português de Design, 1995.
- DOWNING, John D. H. *Mídia radical: rebeldia nas comunicações e movimentos sociais*. São Paulo, SENAC, 2002.
- FEATHERSTONE, Mike. *Cultura de consumo e pós-modernismo*. São Paulo, Studio Nobel, 1995.
- FEIXA, Carlos. “La ciudad invisible: territorios de las culturas juveniles”. CUBIDES, Humberto J. et. al. (org.). *Viviendo a toda: jóvenes, territorios culturales e nuevas sensibilidades*. Bogotá, Siglo del Hombre/DIUC Universidade Central, 1998^a, pp. 83-109.
- _____. “Generacion @: la juventud en la era digital”. In: *Revista Nômadás*, Bogotá: DIUC, n° 13, out. 2000.
- FERRARA, Lucrécia D’Alessio. *Leitura sem palavras*. São Paulo, Ática, 2004.
- _____. *Design em espaços*. São Paulo, Edições Rosari, 2002.
- GONZALES, Germán Muñoz. “Consumos culturales e nuevas sensibilidades” CUBIDES, Humberto J. et. al. (org.). *Viviendo a toda: jóvenes, territorios culturales e nuevas sensibilidades*. Bogotá, Siglo del Hombre/DIUC Universidade Central, 1998.
- HOLLIS, Richard. *Design gráfico: uma história concisa*. São Paulo. Martins Fontes, 2000.
- MAFFESOLI, Michel. *O tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa*. Rio de Janeiro, Forense-Universitária, 2000.
- MANZINI, Ezio. *A matéria da invenção*. Portugal, Centro Português de Design, 1993.
- MIRANDA, José A. Bragança de. *O design como problema*. Portugal, Centro Português de Design, 1998.
- MARCIGLIA, Regina; PAVEZ, Graziela; OLIVEIRA, Isaura. *Consolidação da política pública de atendimento das vítimas de violência*. São Paulo. Pesquisa FAPESP, 2000-2002.
- MARGULIS, Mario e URRESTI, Marcelo. “La construcción social de la condición de juventud.” In: CUBIDES, Humberto J. et. al. (org.). *Viviendo a toda: jóvenes, territorios culturales e nuevas sensibilidades*. Bogotá, Siglo del Hombre/DIUC Universidade Central, 1998, p. 3-21.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e comunicação*. Rio de Janeiro, UFRJ, 1997.
- _____. “Arte / comunicação / técnica no final do século”. In: *Revista Margem*. São Paulo, EDUC/FAPESP, n° 8, dez. 1998, p. 11-24.
- MORIN, Edgar. *Cultura de massas no século XX. O espírito do tempo I. Neurose*. 6^ª ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1984.
- _____. *O cinema ou o homem imaginário*. Lisboa, Relógio d’Água Editores, 1997.
- MUNARI, B. *Design e comunicação visual*. São Paulo, Martins Fontes, 1997.
- OLIVEIRA, Rita de Cássia Alves. “Cibercultura, cultura audiovisual e sensorium juvenil”. IN: LEÃO, Lúcia. *O chip e o caleidoscópio: reflexões sobre as novas mídias*. São Paulo, SENAC, 2005, pp. 495-503
- _____. “Culturas juvenis na metrópole: cultura audiovisual, formas de expressão e consumo simbólico”. IN: FREITAS, Marcos César de. *Desigualdade social e diversidade cultural na infância e juventude*. São Paulo, Cortez, 2006, pp. 244-258.
- ROCHA, Rosamaria Luiza de Melo. *Estética da violência. Por uma arqueologia dos vestígios*. São Paulo, ECA/USP, 1998. Tese de doutorado.
- SIMMEL, Georg. “A metrópole e a vida mental”. In: VELHO, Otávio Guilherme. *O fenômeno urbano*. Rio de Janeiro, Zahar, 1973, pp.11-25.