

8.

Referências bibliográficas

ARIÈS, P. **História Social da Criança e da Família**. 2 ed. Rio de Janeiro: LTC, 1981.

BECKER, H. **A escola de Chicago**. Revista Mana v.2 n. 2. Rio de Janeiro Oct. 1996.

BOURDIEU, P. **A “juventude” é apenas uma palavra!** In: Questões de Sociologia. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1983.

BRINGEL, B. **Ciclos de protesto e lutas estudantis no Brasil**. Revista Perspectiva Histórica, v. 2, pp. 29-43, 2012.

BRITO, S. **Introdução**. In: BRITO, S. (Org.). Sociologia da juventude II. Rio de Janeiro: Zahar, 1968.

CATANI, A. M.; GILIOTI, R. de S. P. **Culturas Juvenis, Múltiplos Olhares**, São Paulo: UNESP, 2004.

CARA, M. **A análise das juventudes sob a perspectiva dos signos midiáticos**. COMUNICON 2013, 10 e 11 de outubro de 2013. Disponível em: http://www.espm.br/download/Anais_Comunicon_2013/Comunicon.swf. Acesso em: 21/09/2017.

CESAR PIRES, P. **Werther e Wilhelm Meister: o conflito entre indivíduo e sociedade em dois romances de Goethe**. Cadernos de Campo (UNESP), v. 21, pp. 161-182, 2016.

COSTA, M. E. B. **Grupo focal**. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (Orgs). Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. São Paulo: Atlas, 2009.

DAMATTA, R. **Apresentação**. In: GENNEP, Arnold Van. Os ritos de passagem. Petrópolis: Vozes, 2011.

DEBERT, G. G. **A dissolução da vida adulta e a juventude como valor**. Horizontes Antropológicos v.16, n. 34, Porto Alegre July/Dec. 2010

_____. **Mudanças no Curso da Vida e Relações Intergeracionais**. In: BIASIOLI-ALVES; FISCHMANN. (Org.). Crianças e Adolescentes Construindo uma Cultura da Tolerância. 1ed.SÃO PAULO: EDUSP - Editora da Universidade de São Paulo, 2001, v. 1, pp. 111-130.

DUARTE, J. **Entrevista em Profundidade**. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (Orgs). Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. São Paulo: Atlas, 2009.

EISENSTADT, S. N. **De geração a geração**. São Paulo, 1976. Ed. Perspectiva.

ENNE, A. L. **Juventude como espírito do tempo, faixa etária e estilos de vida: processos constitutivos de uma categoria-chave da modernidade.** Revista Comunicação, Mídia e Consumo. São Paulo, v. 7, n. 20, pp. 13-35, nov – 2010.

ESCOSTEGUY, A. C. **Os Estudos Culturais.** Revista Famecos. Porto Alegre: PUC-RS, v. 5, n. 9, pp. 87-97, 1998.

FLITNER, A. **Os problemas sociológicos nas primeiras pesquisas sobre a juventude.** In: BRITO, S. (Org.). Sociologia da juventude I. Rio de Janeiro: Zahar, 1968.

GIDDENS, A. **Modernidade e identidade.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2002.

GOMES, R. **A análise de dados em pesquisa qualitativa.** In: MINAYO, M. C. de S. (Org.). Pesquisa social: teoria, método e criatividade. 23 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2004.

GROPPO, L. A. **Juventude: ensaios sobre sociologia e história das juventudes modernas.** Rio de Janeiro: Difel, 2000.

GROSSBERG, L. **We gotta get out of this place: popular conservatism and postmodern culture.** New York : Routledge, 1992.

HALL, S. **A Identidade Cultural na Pós-Modernidade.** 11 ed. Rio de Janeiro: DP&A. 2006.

HENDLEY, N. **American Gangsters, Then and Now: An Encyclopedia.** ABC-Clio, Califórnia, 2009.

HERRING, S. C. **Questioning the Generational Divide: Technological Exoticism and Adult Constructions of Online Youth Identity.** In: BUCKINGHAM, David (ed.) Youth, Identity, and Digital Media. The John D. and Catherine T. MacArthur Foundation Series on Digital Media and Learning. Cambridge, MA: The MIT Press, 2008.

HOBBSAWM, E. **Era dos extremos: o breve século XX – 1914-1991.** São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

HOWE, N; STRAUSS, W. **Millennials Rising – The Next Great Generation.** Vintage Books – Random House Inc., New York, NY, 2000.

_____; **The Next 20 Years: How Customer and Workforce Attitudes Will Evolve;** Harvard Business Review; 85(7-8); pp. 41-52. 2007.

JAIDE, W. **As ambiguidades do conceito de geração.** In: BRITO, S. (Org.). Sociologia da juventude II. Rio de Janeiro: Zahar, 1968.

JOHNSON, A. G. **Dicionário de sociologia.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1997.

LE BRETON, D. **Uma breve história da adolescência** / David Le Breton. Tradutores: André Marins Campos Guerra ... [et. al.]. Belo Horizonte: Editora PUC Minas, 2017.

LIPOVETSKY, G. **A felicidade paradoxal: ensaios sobre a sociedade de hiperconsumo**. Trad. Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

MANNHEIM, K. **"El problema de las generaciones"** [tradução: Ignacio Sánchez de la Yncera], Revista Española de Investigaciones Sociológicas (REIS), 1993, n. 62, pp. 193-242.

MINAYO, M. C. de S. **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. 23 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2004.

MOCARZEL, M. **Tempos e espaços das juventudes: conceitos e trajetórias**. In: PEREIRA, Cláudia (Org.). *Culturas, Consumos e Representações Midiáticas da Juventude*. Rio de Janeiro: Appris, 2017.

MORIN, E. **Cultura de massas no século XX: o espírito do tempo**, v. 1, Neurose. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2009.

_____. **Cultura de massas no século XX: o espírito do tempo**, v. 2, Necrose. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2006.

PAIS, J. M. **Culturas Juvenis**. Lisboa: INCM, 1993.

PASSERINI, L. **A juventude, metáfora da mudança social. Dois debates sobre os jovens: a Itália Fascista e os Estados Unidos da Década de 1950**. In: GIOVANNI, Levi e SCHMITT, Jean-Claude. *História dos jovens 2 – A época contemporânea*. São Paulo, Companhia das Letras, 1996.

PARKER, M.; FOURNIER, V.; & REEDY, P. **The dictionary of alternatives: Utopianism and organisation**. London, England: Zed Books, 2007.

PEREIRA, C. Introdução. In: PEREIRA, Cláudia (Org.). **Culturas, Consumos e Representações Midiáticas da Juventude**. Rio de Janeiro: Appris, 2017.

PEREIRA, C.; ROCHA, E. **Retratos do outro: representação e memória na análise do desvio na publicidade**. Contracampo, Niterói, v. 35, n. 01, pp. 125-141, abr./jul., 2016.

REZENDE, J.; VIEIRA, M. **Subculturas juvenis nas sociedade modernas: os hippies e os yuppies**. Revista Crítica de Ciências Sociais, nº 35, junho 1992.

ROCHA, E.; PEREIRA, C. **Juventude e consumo: um estudo sobre a comunicação na cultura contemporânea**. Rio de Janeiro: Mauad Ed., 2009.

SAVAGE, J. **A criação da juventude: como o conceito de teenage revolucionou o século XX**. Rio de Janeiro: Rocco, 2009.

TAPSCOTT, D. **Geração digital: a crescente e irreversível ascensão da Geração Net**. São Paulo: Makron Books, 1999.

_____. **Grow up digital:** How the Net Generation is Changing your World. McGraw-Hill, New York, 2008.

TAVARES, B. **Sociologia da Juventude:** da juventude desviante ao protagonismo jovem da Unesco. Revista Soc. e Cul., Goiania, v. 15, n. 1, pp. 181-191, jan./jun., 2012.

TOMAZ, R. **A geração dos Millennials e as novas possibilidades de subjetivação.** Comunicare (São Paulo), v. 13, pp. 99-110, 2013.

TURNER, V. (1974). **O Processo Ritual:** Estrutura e Anti-Estrutura. Rio de Janeiro, Vozes.

VAN GENNEP, A. **Os ritos de passagem.** Petrópolis: Vozes, 2011.

VALITUTTI, S. **Uma revolução juvenil.** In: BRITO, S. (Org.). Sociologia da juventude III. Rio de Janeiro: Zahar, 1968.

WELLER, W. **A atualidade do conceito de gerações de Karl Mannheim.** Revista Sociedade e Estado - Volume 25 n. 2, maio / agosto 2010.

WOITOWICZ, K. **Ativismo (folk) midiático e estratégias de luta na Marcha das Vadias: recortes da ação política nas ruas e nas redes.** Revista Internacional de Folkcomunicação, Ponta Grossa/ PR v. 12, n. 26, pp. 94-108, setembro 2014

YNCERA, I. **La sociología ante el problema generacional.** Anotaciones al trabajo de Karl Mannheim, Revista Española de Investigaciones Sociológicas (REIS), n. 62, 1993.

Internet

Dicionário Michaelis Online – Morfogenia. Disponível em:

<http://michaelis.uol.com.br/busca?r=0&f=0&t=0&palavra=morfogenia>. Acesso em: 07/09/2017.

Dobra participação do acesso à internet por dispositivos móveis no Brasil.

Agência Brasil. Disponível em:

<http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2017-09/dobra-participacao-do-acesso-internet-por-dispositivos-moveis-no-brasil>. Acesso em: 05/11/2017.

George Bernard Shaw. Disponível em <https://www.pensador.com/frase/NzI2Ng/>.

Acesso em: 08/01/2018.

GI – Wikipédia. Disponível em [https://en.wikipedia.org/wiki/G.I._\(military\)](https://en.wikipedia.org/wiki/G.I._(military)).

Acesso em: 14/09/2017.

Slacktivism - Dicionário Oxford Online. Disponível em:

<https://en.oxforddictionaries.com/definition/slacktivism>. Acesso em: 07/09/2017.

Veja pesquisa completa do Ibope sobre os manifestantes – G1. Disponível em:

<http://g1.globo.com/brasil/noticia/2013/06/veja-integra-da-pesquisa-do-ibope-sobre-os-manifestantes.html>. Acesso em: 07/09/2017.

Vídeos

We all want to be young, BOX 1824. Disponível em <https://vimeo.com/16641689>. Acesso em: 10/04/2017.

O sonho brasileiro – Manifesto, BOX 1824. Disponível em <https://vimeo.com/30918170>. Acesso em: 10/04/2017.

Verbetes

Articulação. GROSSBERG, Laurence. **We gotta get out of this place:** popular conservatism and postmodern culture. New York : Routledge, 1992, p. 397.

Black Block. PARKER, M., FOURNIER, V., & REEDY, P. **The dictionary of alternatives:** Utopianism and organisation. London, England: Zed Books, 2007.

Coorte. JOHNSON, Allan G. **Dicionário de sociologia**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1997. p. 54

Faixa etária. JOHNSON, Allan G. **Dicionário de sociologia**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1997. p. 54

Geração. JOHNSON, Allan G. **Dicionário de sociologia**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1997. p. 54

Jornais

AMATO, Gian. “Pop a qualquer custo”. Jornal O Globo, 19/06/2017, p. 6.

COPPI, Milena. “Básico e intimista”. Jornal O Globo, 05/02/2017, p. 2.

9.

Anexos

Anexo 1

Transcrição do vídeo *We all want to be Young* (nota de rodapé 27). Texto *We all want to be young*:

Todos queremos ser jovens. É atraente. É uma explosão de hormônios! É sexy. Saudável. “Não usem drogas! Não usem drogas!”. Bem, talvez não. Mas, tem mais. Jovens representam novas linguagens e comportamentos. E eles estão influenciando diretamente os hábitos de consumo. Estão posicionados no topo da pirâmide de influência. E são aspiracionais para os mais novos, e inspiracionais para os mais velhos. A geração jovem de hoje. Conhecida como Geração Y, G, We, Globalists, Digital Youth, Millennials. Tanto faz. É a maior em números absolutos em uma perspectiva global. E têm um alto poder de compra, se comparado ao de seus pais quando eram jovens. É engraçado, porque esse importante papel da juventude atual tem origem justamente na Geração *Baby Boomer*. Eles nasceram depois da II Guerra Mundial. Nos anos 40 e 50. Inseguros e impacientes, eles causaram grandes mudanças. Eles foram a primeira geração a conquistar o direito de ser jovem, inventando o que ficou conhecido como *lifestyle* jovem. Eles receberam as chaves de casa e a liberdade de ir e vir. Eles tomaram conta dos centros acadêmicos, grandes festivais e ruas. Por causa disso, eles foram chamados de “Juventude Libertária”. Vendo de fora, pareciam meio loucos, mas o papo de paz e amor, sexo livre, e “*flower power*” continua influenciando o comportamento até hoje. E na verdade, tudo aquilo deve ter sido muito divertido.

E falando em diversão, nós não podemos esquecer da Geração X. Nascidos nos anos 60 e 70, eles aproveitaram os direitos conquistados pelos *Baby Boomers*, vivendo em busca por prazer sem culpas. “A vida passa rápido, se você não parar e olhar ao redor de vez em quando, você vai perdê-la”. Inconformados e entusiastas, eles levaram a novas grandes mudanças. Dentro de casa, eles eram os donos dos seus quartos e tomam conta de suas individualidades.

Geração X é apaixonada por estereótipos. Influenciada pelo avanço do marketing e da publicidade. Tanto no universo corporativo, quanto no entretenimento, a Geração X é lembrada como a “juventude competitiva”. “Não é apenas um trabalho para ele, é uma guerra”. Mas agora é um jogo completamente diferente.

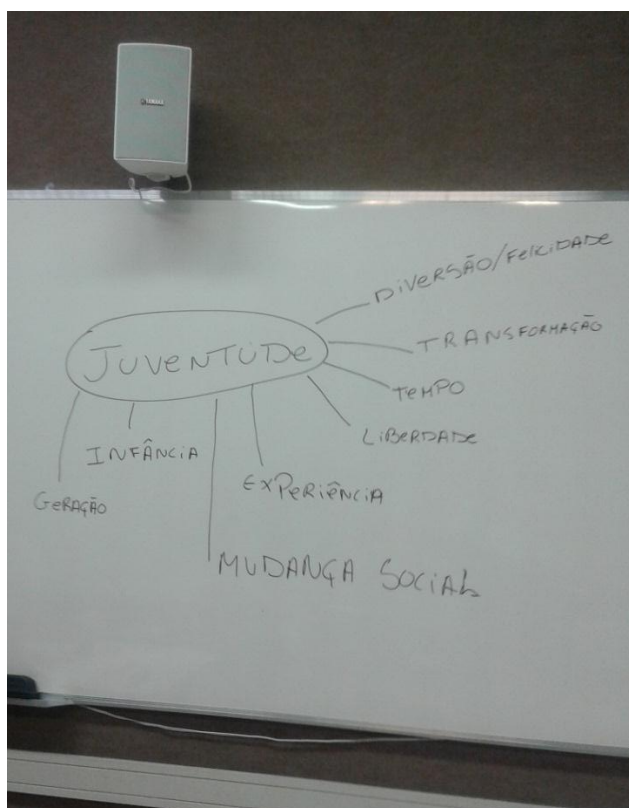
Os jovens mudaram as regras novamente. Conhecidos como a primeira “juventude global”, *Millennials* não só têm a chave de casa e do seu quarto, eles também conquistaram o mundo. Sim, acesso total! Isso não está acontecendo por pura coincidência. O consumo globalizado promove conexões estéticas e comportamentais com outros jovens ao redor do mundo. A internet está permitindo que conteúdo pessoal ganhe dimensões estratosféricas, onde tudo pode ser remixado. Em poucos dias, o conteúdo pode se transformar em memes globais na internet. Também alcançando relevância fora da internet. Obviamente, tudo isso tem consequências. O excesso de informações e possibilidades está fazendo essa jovem geração ter ansiedade crônica. Está se tornando mais necessário que eles escolham os filtros certos, para organizar suas experiências, com tanto conteúdo e pessoas em suas vidas. O medo de se sentirem perdidos na multidão faz com que usem uma linguagem hiperbólica para se expressarem. Nem sempre é fácil entender o que os *Millennials* estão dizendo. Isso porque eles desenvolveram um modo não linear de pensar, que reflete exatamente a linguagem da internet, onde uma infinidade de assuntos pode ser acompanhada ao mesmo tempo. Para esses *Millennials*, é natural começar uma coisa e terminar em outra. Mas não entre em pânico, tudo isso é orgânico. Hoje em dia, é legal saber e ser várias coisas ao mesmo tempo. É muito diferente dos anos 80, quando os jovens tinham uma opinião bem radical sobre o poder dos grupos. Você era uma coisa ou outra.

Nos anos 90, o poder das tribos já não era algo tão legal de se estar vinculado. Alguns começaram a se chamar de “normais” para transitar entre os diferentes grupos. Hoje, ser normal se tornou chato. E ao invés de neutralizar suas diferenças, se tornou legal expressá-las. É possível ser surfista, DJ, roqueiro, nerd, cinéfilo, designer ao mesmo tempo. Nós estamos falando da geração de jovens mais plural da História. É uma pluralidade que garante que os jovens possam, simultaneamente, reconhecer-se mesmo com suas diferenças pessoais. Sua nova e estendida rede social resultou em um maior número de relacionamentos pessoais efêmeros. Também é visível em seu trabalho, onde planos de carreira tradicionais

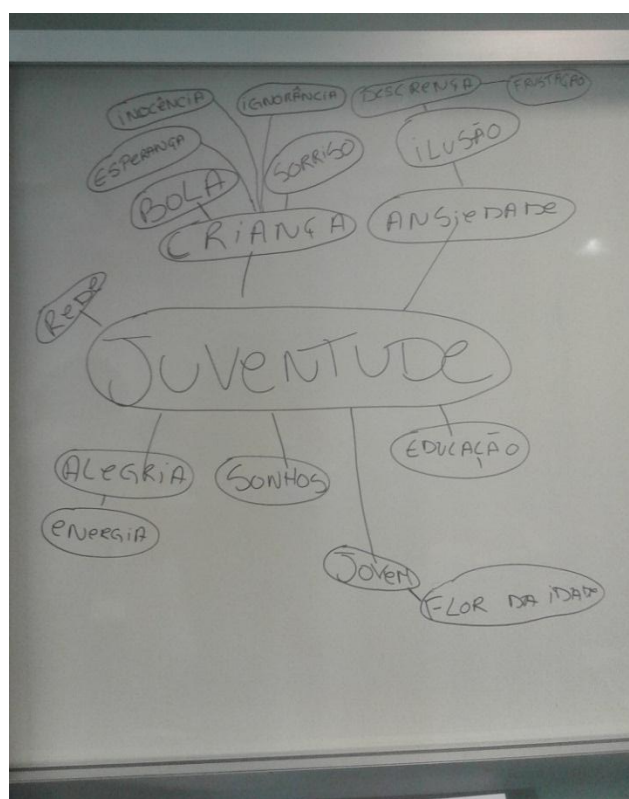
e sistemas hierárquicos estão perdendo força. Cada vez mais, eles querem unir trabalho com prazer. Mas isso não acontece pela busca de um *lifestyle* hedonista. O prazer acontece em *breaks* programados. Os jovens *Millennials* são pragmáticos. Eles também são mais realistas. Seus grandes ídolos não são figuras totalmente idealizadas. Mas sim, pessoas comuns que realizam pequenos e possíveis sonhos que não são utópicos. Eles são os rostos da nova economia comandada por *open source* e *crowdsourcing*. E iniciativas independentes, que com o poder da internet, podem ter um impacto imensurável. Essa consciência coletiva é o *zeitgeist* do futuro, levando a um cenário de oportunidades. Mas não é fácil, o novo sempre intimida. Muitas coisas que não eram imediatamente entendidas no passado, são hoje consideradas comportamento natural. Você pode entender e tomar parte, ou sentar confortavelmente e se acomodar. No final, ser jovem é sexy e divertido. Mas é muito mais que isso, vem com perguntas e grandes ambições. Se você acha que já sabe bastante e está em paz com seu espaço no mundo, então, parabéns! Você está oficialmente morto! Mais do que nunca, para entender o mundo é preciso entender esses jovens. Que são os catalisadores das grandes mudanças. E há um bônus extra: entender a evolução do mundo é uma busca que pode nos manter jovens para sempre.

Anexo 2

Fotos da técnica projetiva – associação de palavras (nota de rodapé 28).



Grupo 1 – PUC-Rio.



Grupo 2 – ESPM-Rio.

Anexo 3

Foto de uma das artes feitas por Cadu, na Ladeira do Castro, no Centro do Rio de Janeiro (nota de rodapé 29).



Arte feita por Cadu.

Anexo 4

Foto de Alonso colando Lambe na Ladeira do Castro, no Centro do Rio de Janeiro (nota de rodapé 30).



Alonso e as meninas da Ladeira do Castro.

Anexo 5

Foto de Érico, em seu ambiente de trabalho, o *coworking*, localizado no Centro do Rio de Janeiro (nota de rodapé 31).



Érico em seu ambiente de trabalho.

Anexo 6

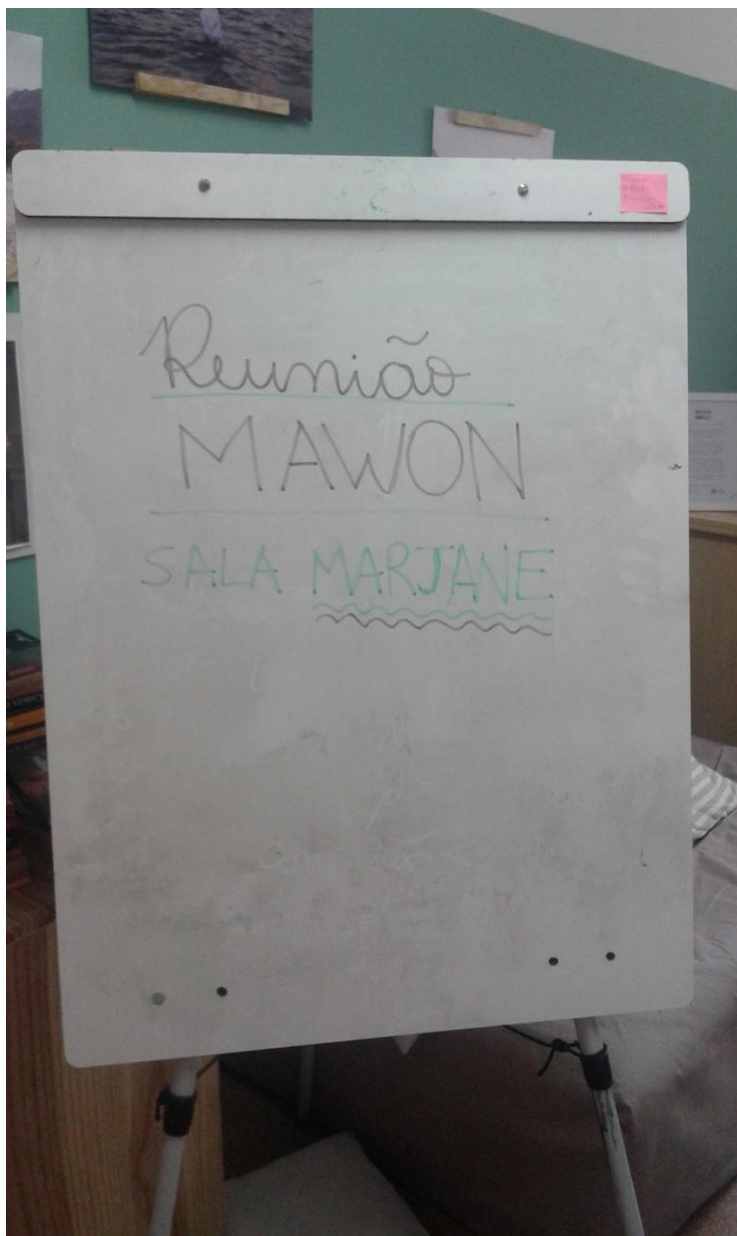
Foto de Clara, em seu ambiente de trabalho, seu escritório, no galpão localizado em São Cristóvão, no Rio de Janeiro (nota de rodapé 32).



Clara em seu ambiente de trabalho.

Anexo 7

Foto da reunião da ONG MAWON, da qual Laís participa. Ocorreu em neste dia na Tijuca, no Rio de Janeiro (nota de rodapé 33).



Aviso do local da reunião em que Laís participava.

Anexo 8

Matéria “Pop a qualquer custo”, do dia 19/06/2017, no jornal O Globo (nota de rodapé 49).

6 | O GLOBO

Esportes

Segunda-feira 19.6.2017

COPA DAS CONFEDERAÇÕES

Não empolga POP A QUALQUER CUSTO

Apesar do esforço de Putin, frustração com governo leva os moscovitas a se desinteressarem pelo torneio da Fifa

GIAN AMATO
gian.amato@oglobo.com.br
Enviado especial

MOSCÚ. Vladimir Putin deu entrevista a Oliver Stone, conversou com Pelé na abertura da Copa das Confederações, usando futebol e o cinema para tentar virar pop. Dentro de casa, no entanto, sua imagem está tão empoeirada quanto as ruas de Moscou, às voltas com dezenas de obras. A juventude já disse basta na última semana, durante protestos, e nem sua postura de celebridade internacional deve ajudar a fazer a cabeça da geração dos “millennials” — os nascidos entre os anos 1980 e 2000. Boa parte deles jamais viu, em sua fase adulta, outro presidente no poder e tampouco uma competição como esta da Fifa, que ainda não empolgou os moscovitas.

O sentimento de mudança chegou tão rápido a esta geração quanto a velocidade com a qual Roman Amirdzhanov, 24 anos, empregado do setor hoteleiro, vai navegando com o polegar pela página do blogueiro e ativista político Alexei Navalny. Única voz a falar mais alto contra Putin, Navalny foi preso na última segunda-feira por 30 dias (quase duas mil pessoas foram detidas). Foi retirado de cena antes da bola rolar e o mundo prestar mais atenção na Rússia. Com os olhos nas telas e fechados para a mídia tradicional, Roman clama por mudanças e condena a tentativa de Putin pegar carona na Copa das Confederações no momento em que o país afunda na corrupção.

— Nós, os mais jovens, não concordamos com as coisas que estão acontecendo no país. E não será o futebol que mudará isto — declarou Roman, fluente em inglês e espanhol. Quando vai mostrando as no-

tícias recentes, Roman fica escandalizado e dá razão aos manifestantes que foram às ruas no Dia da Rússia, ainda que condene a tática “black bloc” de alguns deles. Ele pergunta: — Como não ficar indignado com o fato de o vice do primeiro ministro, Igor Ivanovich Shuvalov ser acusado de usar um jato somente para transportar seu cachorro, a um custo de 40 mil rublos (cerca de R\$ 2,3 mil) por viagem?

Para, em seguida, completar: — Há muita corrupção no governo, e, ao que tudo indica, na organização destes eventos (Copa da Confederação e do Mundo) também. Sabemos porque, agora, temos mais canais de informação. São coisas pelas quais o Brasil passou recentemente e que sempre achamos que seria mais comum em países da América do Sul. Por isso, não estamos ligando muito para futebol neste momento.

O OLHAR DE SVETLANA

Para Svetlana Lashtabega, uma consultora de riscos que presta serviço para empresas, a Rússia ganhou as manchetes mundiais nos últimos tempos pelos motivos errados. E, mais uma vez, às vésperas de um grande evento, ela ressalta que o governo demonstra intolerância em seu viés autoritário ao prender, entre os manifestantes, centenas de crianças. É um sinal para tentar controlar as massas durante o evento Fifa.

— Eu adoro o meu país, de todo o governo — disse Svetlana. — Tem que protestar, sim, completou, lembrando que desde os anos 1990 os russos não iam às ruas em massa.

Natural da Sibéria, onde convivia com hábitos machistas seculares, Svetlana ressalta que boa parte do país ainda vê em Putin — no poder desde 2000 e mais candidato que nunca em



Protestos contra o governo. Jovem russo é detido por policiais durante a manifestação contra a corrupção na semana passada em São Petersburgo



Sem público. Os voluntários espalhados por Moscou não têm muito o que fazer

2018 (ano da Copa do Mundo), devido aos seus mais de 80% de aprovação — a personificação de um líder autocrata que a Rússia sempre teve, desde os czares: — A Rússia é um país machista que ainda vive à sombra do autoritarismo personificado em uma pessoa. E o futebol é perfeito para isso, não? Veremos se conseguirá chamar atenção.

RIGOR NA SEGURANÇA

Em um domingo de sol e calor em Moscou, o futebol, de fato, foi deixado em segundo plano por boa parte da população (apenas Rússia x Portugal, na quarta-feira, teve ingressos esgotados). Nas partes mais turísticas, como nas proximidades da lotada Praça Vermelha, um ou outro visitante parava para tirar fotos no relógio que conta os dias para a Copa do Mundo. Por muitas vezes o local ficou vazio. Empolgação com o jogo, só perto do estádio, distante do centro.

Os já famosos voluntários da Copa das Confederações estavam espalhados por toda Moscou, mas nem tiveram muito trabalho devido à falta de interesse do público em geral.

As autoridades russas já avisaram que a segurança será uma grande preocupação durante a Copa das Confederações. Uma prova foi dada ontem, quando Camarões e Chile se enfrentaram no estádio do Spartak, em Moscou.

Um torcedor camaronês usava uma máscara de leão, que cobria a sua face, e foi informado que não poderia permanecer nas cadeiras dessa maneira. A equipe africana é conhecida como Leões Indomáveis.

Após os recentes atentados na Europa, a segurança está reforçada em Moscou. Policiais da cidade e soldados do exército patrulham ostensivamente locais de grande aglomeração, como o centro da cidade e pontos turísticos em geral. Na saída da estação Spartak há um detector de metais.

O rigor da segurança e o descontentamento com o governo não devem ser suficientes para deixar má impressão do país.

— Apesar de tudo, as pessoas vão gostar da Rússia. E preciso sentir o cheiro, o clima, as pessoas. Não somos apenas um rosto — disse Svetlana. ●

Anexo 9

Matéria “Básico e intimista”, do dia 05/02/2017, no jornal O Globo (nota de rodapé 54).

Domingo 5.2.2017

Segundo Caderno

O GLOBO 3

Jake Bugg

BÁSICO E INTIMISTA

Em sua terceira passagem pelo país, o cantor e compositor natural de Nottingham, na Inglaterra, toca no Rio, em São Paulo e em BH no começo de março, apresentando seus hits e canções de seu álbum de estúdio mais recente

MILENA COPPI
milena.costa@infoglobo.com.br

Prestes a completar 23 anos, Jake Bugg não é mais o adolescente tímido que apareceu em 2012, quando estreou com um álbum homônimo, nem a promessa mal-humorada do folk de “Shangri-la”, seu segundo trabalho, lançado em 2013. Mais simpático do que de costume, ou apenas mais maduro do que antes, o cantor e compositor inglês volta ao Brasil para tocar em três capitais e apresentar o repertório de “On my one”, seu terceiro disco de estúdio, que chegou às lojas e aos serviços de streaming em junho do ano passado.

O músico já acumula três passagens pelo país. Sua última visita aconteceu em 2014, quando tocou no Lollapalooza, em São Paulo, e, após sete meses, voltou para uma turnê que passou por outras três cidades. Desta vez, ele toca em São Paulo (9 de março), no Rio (dia 10), e pela primeira vez em Belo Horizonte (11), focando em shows mais intimistas.

— Gosto de tocar em festivais, é uma experiência diferente. Mas, claro, também gosto de apresentações apenas minhas, porque são mais focadas, e meus fãs são a maioria. Eles conhecem bem o repertório e cantam tanto as músicas antigas quanto as novas — disse o jovem, que declarou estar animado para voltar ao país. — Além das músicas do novo álbum, também temos um novo tecladista na banda. Ele começou a tocar na igreja, tem uma influência gospel bem forte. Os fãs podem esperar muitas coisas boas dos próximos shows.

Sobre “On my one” — título que deriva de um trocadilho com a expressão “on my own” (“por conta própria”, em tradução livre) —, Bugg diz ser um álbum mais pop, deixando um pouco de lado o folk e o blues, ritmos que o consagraram. Agora, o inglês abre espaço



Único. “Veem um cara que canta, compõe e toca uma guitarra e dizem: ‘Esse é o novo Bob Dylan’. Isso é patético”, diz

para novas referências, como a banda de funk americana War, famosa nos anos 1970, e outras sonoridades, apostando em arranjos que vão do violão aos sintetizadores.

— Eu passei bastante tempo trabalhando nesse disco, produzi cerca de oito ou nove músicas. Diferentemente do meu primeiro trabalho, neste não escrevi apenas sobre minhas experiências pessoais. Tenho gostado muito de compor sobre um universo mais distante de mim. Criar essas histórias me ajudam a escapar um pouco da realidade — afirmou ele, que é constantemente comparado a Bob Dylan. — Muitas pessoas veem um cara que canta, compõe e toca uma guitarra e dizem: “Esse é o novo Bob Dylan”. Isso é patético.

Nascido em Nottingham, o inglês é fruto da classe operária inglesa e mostra-se sempre grato por ter sido descoberto logo cedo. Se não fosse por isso, seu destino seria outro, como o de alguns de seus amigos, que hoje passam seus dias empacotando compras em um supermercado de sua cidade natal.

— Ainda estava com 17 anos quando comecei nessa vida, e tudo mudou desde então. Me considero muito sortudo por trabalhar com a música, que é o que mais gosto de fazer.

ALÉM DA MÚSICA, O FUTEBOL

Autor de hits como “Two fingers”, “Broken” e “Seen it all”, Bugg põe a música como a paixão primordial, mas conta que o futebol também ocupa um lugar importante na sua vida. Apesar de fazer parte da geração *millennial*, ele não se enquadra no perfil viciado em redes sociais. Na verdade, ele afirma que normalmente utiliza a internet apenas para acompanhar o resultado dos jogos.

— O problema das redes sociais é que há muitas histórias sem sentido, que acabam me consumindo. Mas, às vezes, até gosto. Principalmente quando se trata de futebol — declarou o inglês, que disse ter participado de uma partida em sua última visita ao Brasil. — Quando estive aí, não cheguei a assistir a nenhum jogo, mas joguei uma pelada com uns brasileiros. Até fiz um gol.

Quanto ao time do coração, Bugg faz mistério, mas não esconde que conhece alguns times brasileiros, como o São Paulo e o Corinthians.

— Eu não torço por nenhum time brasileiro em particular, apenas curto assistir às partidas e me divertir. O time para o qual eu torço é uma droga, então é ótimo assistir a uns jogos de qualidade para variar um pouco. ●

JAKE BUGG

ONDE: Círculo Voador — Rua dos Arcos, s/nº, Lapa (2533-5873).

QUANDO: No dia 10 de março, às 21h. QUANTO: R\$ 240.

CLASSIFICAÇÃO: 18 anos (maiores de 14 podem ir acompanhados de um responsável).

Anexo 10

Questionário guia das entrevistas de grupo focal e em profundidade (nota de rodapé 57).

Entrevista Millennials:

Conte um pouco sobre sua história de vida.

O que já fez profissionalmente? Está trabalhando hoje?

O que faz atualmente?

Teve algum momento em sua vida em que mudou o rumo, traçou novos desafios, novos objetivos? Fale sobre esse momento.

Qual é a sua relação com o trabalho? Como percebe a vida profissional, o que seria ideal?

O que você entende e qual é a sua relação sobre:

- tecnologia
- tempo
- meio ambiente
- política

Como se define hoje?

Quando faz o que faz, pensa em quê? É satisfação pessoal ou tem outros objetivos? Quais?

Já sofreu algum tipo de discriminação ou crítica por realizá-lo? De quem?

Sua faixa etária poderia ser definida, para alguns, como da Geração *Millennials*: você sabe o que é isso? Você poderia definir? Você se considera um *millenial*?

Para você, o que é mudança social?

O que prioriza como importante para a vida e seu futuro? Como o imagina?