



Marcella Silva Azevedo

“Não perturbe!”: Consumo, cultura material e privacidade juvenis a partir dos quartos dos adolescentes e suas representações midiáticas

Tese de Doutorado

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da PUC-Rio como requisito parcial para a obtenção do título de Doutora em Comunicação

Orientadora: Prof^a. Cláudia da Silva Pereira

Rio de Janeiro
Abril de 2021



Marcella Silva Azevedo

“Não perturbe!”: Consumo, cultura material e privacidade juvenis a partir dos quartos dos adolescentes e suas representações midiáticas

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da PUC-Rio como requisito parcial para a obtenção do título de Doutora em Comunicação

Prof.^a Cláudia da Silva Pereira

Orientadora

Departamento de Comunicação - PUC-Rio

Prof.^a Tatiana Oliveira Siciliano

Departamento de Comunicação - PUC-Rio

Prof.^a Ana Carolina Barreto Balthazar

Departamento de Comunicação - PUC-Rio

Prof.^a Renata Cristina de Oliveira Tomaz

Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ

Prof.^a Fernanda Casagrande Martinelli Lima Granja Xavier da Silva

Universidade de Brasília - UnB

Rio de Janeiro, 27 de abril de 2021

Todos os direitos reservados. É proibida a reprodução total ou parcial do trabalho sem autorização da universidade, da autora e da orientadora.

Marcella Silva Azevedo

Graduada em Comunicação – Habilitação Jornalismo e Mestre em Comunicação pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro - PUC-Rio. Possui especialização em Sociologia Política e Cultura pela PUC-Rio e MBA em Marketing pela Escola Superior de Propaganda e Marketing do Rio de Janeiro - ESPM-Rio. Integra o grupo de pesquisa JuX - Juventudes cariocas, suas culturas e representações midiáticas. Tem sólida experiência na área de Comunicação Corporativa, tendo atuado por mais de dez anos em assessoria de imprensa e RP, comunicação interna e gerenciamento de crises de imagem.

Ficha Catalográfica

Azevedo, Marcella Silva

“Não perturbe!” : consumo, cultura material e privacidade juvenis a partir dos quartos dos adolescentes e suas representações midiáticas / Marcella Silva Azevedo ; orientadora: Cláudia da Silva Pereira. – 2021.

170 f. : il. color. ; 30 cm

Tese (doutorado)–Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Comunicação Social, 2021.

Inclui bibliografia

1. Comunicação Social - Teses. 2. Youtube. 3. Tour pelo quarto. 4. Capricho. 5. Juventude. 6. Quartos de adolescentes. I. Pereira, Cláudia da Silva. II. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Departamento de Comunicação Social. III. Título.

CDD: 302.23

Agradecimentos

À Cláudia Pereira, minha querida orientadora, por ser meu porto seguro nessa empreitada. Depois de uma parceria bem-sucedida no Mestrado, seguimos juntas no Doutorado e somamos até aqui oito anos de convivência acadêmica. Não houve nesse tempo um único momento sequer que não tenha me acolhido com afeto, empatia e generosidade. Para além disso, teve papel fundamental na condução dessa pesquisa, com ricas contribuições e propostas desafiadoras, acreditando em mim muito mais do que eu mesma. Acima de tudo, agradeço por sua valiosa amizade e sigo na certeza de que nossa parceria continua, na academia e na vida.

Ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro - PUC-Rio, que me acolheu ao longo de toda trajetória do Mestrado e Doutorado. Registro aqui minha gratidão a todo o Corpo Docente, pela oportunidade de aprendizado e pelos ricos debates. Agradeço também a todos os funcionários, em especial à Marise Lira, a quem carinhosamente chamo de meu anjo da guarda.

À Coordenação Central de Pós-Graduação e Pesquisa da PUC-Rio, pelo apoio financeiro por meio da concessão de bolsa durante parte do Doutorado.

Ao JuX – Juventudes cariocas, suas culturas e representações midiáticas, grupo de pesquisa do qual tenho o maior prazer em fazer parte, junto com tantos pesquisadores que admiro. Agradeço pelas trocas, discussões, aprendizados, produções acadêmicas e por tanto afeto compartilhado.

Às professoras Tatiana Siciliano e Renata Tomaz, pela generosidade das contribuições e comentários feitos em minha banca de qualificação, que tanto auxiliaram no desenvolvimento e aprimoramento da pesquisa. Agradeço novamente, e mais uma vez, pela disponibilidade em participarem também da banca final. Às professoras Fernanda Martinelli e Ana Carolina Balthazar, por gentilmente aceitarem o convite para compor a banca da defesa, e Aline Maia e Bruna Aucar pela disponibilidade em participarem como membras suplentes.

Aos queridos amigos com quem tive a sorte de caminhar junto ao longo dessa trajetória e que formam a mais incrível rede de apoio e colaboração. Seguimos juntos na certeza de que unir forças é muito melhor que lutar só.

Ao Alex, meu amor, meu parceiro de vida, o maior apoiador e incentivador dos meus sonhos. Sem você não teria sido possível.

Aos meus filhos, Alícia e Bernardo, que são minha maior inspiração e motivação. Amor maior no mundo não há.

Aos meus pais, por tudo, desde sempre.

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.

Resumo

Azevedo, Marcella Silva; Pereira, Cláudia da Silva. **“Não perturbe!”: Consumo, cultura material e privacidade juvenis a partir dos quartos de adolescentes e suas representações midiáticas**. Rio de Janeiro, 2021. 170p. Tese de Doutorado – Departamento de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

Considerando os quartos de adolescentes como espaços privilegiados para a compreensão de aspectos centrais da juventude contemporânea, essa pesquisa se volta para uma análise interpretativa de conteúdo, a partir do estudo de representações midiáticas desses espaços em um recorte que contempla matérias veiculadas sobre o assunto no site da *Capricho* entre 2013 e 2019 e vídeos de *tour* pelo quarto feitos pelos adolescentes e disponibilizados na plataforma *Youtube*, entre os anos de 2017 e 2019. Tal objeto permitiu um olhar privilegiado para discussões sobre a adolescência como categoria histórica e social, cujos ritos de passagem foram diluídos e ressignificados em tempos atuais. Tem-se ainda que esses quartos se transformam em importante reduto de consumo e de dinâmicas comunicacionais específicas que perpassam as constituições identitárias e as relações dos jovens com os ambientes digitais, incluindo-se aí o gerenciamento de uma presença midiática cuidadosamente elaborada. São questões centrais dessa pesquisa, ainda, a cultura material, analisada aqui no contexto da juventude, a partir da exibição e movimentação de objetos dentro dos quartos, assim como das narrativas elaboradas em torno destes. Reflete-se também sobre a construção da noção de uma privacidade juvenil como valor, daquilo que ainda é considerado de caráter estritamente íntimo, em contraposição ao que é exibido em ambiente midiático. A observação de experiências pessoais de um quarto e de uma “cultura de quarto” (do inglês, *bedroom culture*) aponta para aspectos essenciais de uma cultura juvenil que se dá essencialmente no espaço privado doméstico, mas que deve ser compreendida em suas relações com o espaço público e com outros tantos agentes da sociedade contemporânea.

Palavras-chave

Youtube; *tour* pelo quarto; *Capricho*; juventude; quartos de adolescentes.

Abstract

Azevedo, Marcella Silva; Pereira, Cláudia da Silva. **“Do not disturb!”: teen consumption, material culture, and privacy from the teen bedrooms’ perspective and their media representations.** Rio de Janeiro, 2021. 170 p. Tese de Doutorado – Departamento de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

Considering the teen bedrooms’ perspective crucial to understand contemporary youth, this dissertation studies their media representations based on the interpretive content analysis of articles published on Capricho magazine’s website between 2013 and 2019, as well as teen bedroom tour videos posted on YouTube between 2017 and 2019. This bedroom-centered analysis allowed for an input on the reality of teens as a historic and social group, whose rites of passage are being constantly reexamined. These bedrooms have become consumption strongholds in which specific communication dynamics take place, dynamics of identity and social media interactions, including carefully elaborated media presences. Herein, we analyze teen material culture from the exhibition and movement of objects inside the bedrooms, and from the teen narratives about them. We also reflect upon teen privacy as a value, and on what is considered strictly intimate as opposed to what is portrayed on social media. Personal bedroom experiences and the existence of a “bedroom culture” point to a teen culture that takes place essentially in the domestic private space, but that must be understood in regards to the public spaces and to other agents of contemporary society.

Keywords

Youtube; bedroom tour; Capricho magazine; youth; teen bedrooms.

Sumário

1. Introdução	13
2. O jovem e seu quarto	22
2.1. A adolescência e os marcadores sociais juvenis	22
2.2. Quartos como lugares de significação	30
2.3. Consumo, culturas juvenis e mídias nos quartos dos adolescentes	37
3. O quarto adolescente como objeto de pesquisa no campo da Comunicação	50
3.1. Das escolhas metodológicas.....	50
3.1.1. Pesquisa documental e análise interpretativa do conteúdo	50
3.1.2. O <i>corpus</i> da pesquisa	53
3.2. <i>Youtube</i> e os vídeos de “ <i>tour</i> pelo quarto”	62
4. Os jovens e a cultura material entre quatro paredes.....	76
4.1. Cultura material dos jovens em seus quartos	76
4.2. Ritos de passagem e memória nos quartos juvenis.....	99
4.3. Objetos que acolhem: “ <i>homeyness</i> ” e “fachadas culturais” juvenis.....	111
5. Público e privado nos quartos juvenis	127
5.1. Os quartos como espaço privilegiado da privacidade	127
5.2. Intimidade e registros de si	137
5.3. O quarto mediado	143
6. Considerações finais	157
7. Referências bibliográficas	165

Lista de figuras

Figura 1 – Anúncio de loja de móveis, publicado no <i>Sunday Journal and Star</i> , de Junho de 1966.	42
Figura 2 – Cena do filme <i>Juno</i> , de 2008, que mostra a protagonista em seu quarto.....	43
Figura 3 – Anúncio mostra jovem ouvindo música em seu quarto.	44
Figura 4 – Cena do filme <i>Grease – Nos tempos da brilhantina</i> , de 1978.	45
Figura 5 – Adolescente posa em seu quarto, em matéria da seção <i>Vida Real</i> do site <i>Capricho</i>	55
Figura 6 – <i>Link</i> para vídeo de <i>tour</i> pelo quarto disponível em matéria do site <i>Capricho</i>	56
Figura 7 – Comentário feito por internauta em vídeo de <i>tour</i> pelo quarto.	66
Figura 8 – Comentário feito por internauta em vídeo de <i>tour</i> pelo quarto.	66
Figura 9 – Quadrinhos feitos por fãs expostos na parede do quarto.....	72
Figura 10 – Livro <i>Entre mãe filha</i> ocupa lugar de destaque no quarto da autora adolescente.	72
Figura 11 – Comentários do público feitos no vídeo da influenciadora Bia Herrero.	73
Figura 12 – Comentários do público feitos no vídeo de <i>tour</i> pelo quarto de Breno Gonzalez.....	73
Figura 13 – Jovem mostra boneca que considera especial e conta a história dela em seu vídeo.....	81
Figura 14 – Primeiro violão, guardado como recordação, apesar de não ser mais utilizado.....	81
Figura 15 – Miniaturas da torre <i>Eiffel</i> ficam expostas na mesa de cabeceira de Rafaella Souza.....	85
Figura 16 – Adesivo referente a Paris na porta do quarto de Natty Oliveira.	86
Figura 17 – Miniatura da torre <i>Eiffel</i> em meio à coleção de copos.....	86
Figura 18 – Miniatura da torre <i>Eiffel</i> na mesa de cabeceira.	86
Figura 19 – Papel de parede temático da cidade de Paris.....	87
Figura 20 – Miniatura da torre <i>Eiffel</i> como objeto de decoração na prateleira.	87
Figura 21 – Miniatura da torre <i>Eiffel</i> na penteadeira.	88
Figura 22 – Comentário feito por internauta em vídeo de <i>tour</i> pelo quarto de fã de <i>kpop</i>	89

Figura 23 – Comentário feito por internauta em vídeo de <i>tour</i> pelo quarto de fã de <i>kpop</i>	90
Figura 24 – Comentário feito por internauta em vídeo de <i>tour</i> pelo quarto.	95
Figura 25 – Comentário feito por internauta em vídeo de <i>tour</i> pelo quarto.	96
Figura 26 – Comentário feito por internauta em vídeo de <i>tour</i> pelo quarto.	96
Figura 27 – Comentário feito por internauta em vídeo de <i>tour</i> pelo quarto.	96
Figura 28 – Cama e espaço do quarto considerados do irmão	97
Figura 29 – Cama e espaço do quarto considerados da irmã.	97
Figura 30 – Bichinhos de pelúcia expostos em uma prateleira.	100
Figura 31 – Nicho com bonecas em exposição no quarto.....	100
Figura 32 – Nicho com coleção de princesas <i>Disney</i> e outros brinquedos.....	101
Figura 33 – Coleção de bonecas exposta no quarto	102
Figura 34 – Brinquedos em cima do guarda-roupa.	103
Figura 35 – Brinquedos guardados dentro do armário.	103
Figura 36 – Escrivaninha do quarto de Lucas Bravo, mostrada em seu vídeo de <i>tour</i> pelo quarto.	104
Figura 37 – Escrivaninha do quarto de Hérica Gabrielli.	105
Figura 38 – Escrivaninha do quarto de Camille Queiroz Aguiar.	105
Figura 39 – Raianne Maria mostra sua penteadeira.	106
Figura 40 – Duda Guedes mostra sua grande quantidade de maquiagens.....	107
Figura 41 – Ellen Medeiros conta que sua penteadeira é a realização de um sonho.	107
Figura 42 – Matéria da <i>Capricho</i> mostra como jovem reformulou seu quarto, de modo a apresentar uma estética menos infantil.	108
Figura 43 – Entrada na faculdade motivou mudança no quarto de Mari Mendes.....	108
Figura 44 – Cada cantinho do quarto é preenchido com móveis, texturas e objetos.	116
Figura 45 – Propriedade diminutiva da <i>homeyness</i> pode ser observada no quarto.....	116
Figura 46 – A porta do quarto é coberta por desenhos e colagens.....	117
Figura 47 – Papel de parede que simula uma obra inacabada, em andamento.	117

Figura 48 – Uma parede de <i>post-its</i> foi improvisada para ajudar nos estudos.....	118
Figura 49 – Armário <i>locker</i> usado como mesinha de cabeceira.....	118
Figura 50 – Enfeites pendurados no teto do quarto deixam o ambiente mais acolhedor.	119
Figura 51 – Móbile ajuda a criar uma camada no ambiente.....	120
Figura 52 – “Parede de memórias” com lampadzinhas na lateral.	120
Figura 53 – Estantes de livros se encaixam na propriedade acolhedora da <i>homeyness</i>	121
Figura 54 – Expositor com medalhas conquistadas em campeonato de <i>taekwondo</i>	122
Figura 55 – Quadro com foto da madrinha, já falecida.....	122
Figura 56 – Adesivos de triângulo na parede foram colados um a um. O espelho também foi feito pela própria jovem - DIY. ...	122
Figura 57 – Copo de bebida da <i>Starbucks</i> foi transformado em porta-lápis e funciona como objeto de decoração na escrivaninha.	124
Figura 58 – Garrafa estilizada da <i>Coca-Cola</i> exposta na prateleira.	125
Figura 59 – Expositor bem-humorado do chocolate <i>MM</i> virou objeto de decoração.	125
Figura 60 – Sacolas das marcas preferidas em exposição no quarto. ...	125
Figura 61 – Caixinha do <i>Mc Donald’s</i> guardada de recordação da primeira vez que a jovem foi a um restaurante da marca...	126
Figura 62 – Pietro mostra sua Bíblia e conta que reza todos os dias antes de dormir.....	130
Figura 63 – Otávio Sampaio mostra suas “coisas religiosas”.....	130
Figura 64 – Radija Heloara mostra imagem de santa que acredita estar sempre a protegendo.	130
Figura 65 – Versículos da Bíblia colados no espelho da penteadeira. ...	131
Figura 66 – Bia Herrero mostra o letreiro luminoso, mas não menciona a Bíblia sob a qual ele está apoiado.	131
Figura 67 – Isah Batista mostra a sua prateleira cheia de objetos e enfeites, mas não comenta sobre a imagem da santa ou o terço que aparecem ao fundo.....	131
Figura 68 – Parede do quarto de Felipe Calixto.	132
Figura 69 – Composição de quadros do quarto de Clara Santtos.....	133
Figura 70 – “O que quero fazer. Aonde quero chegar. E o que estou fazendo para que isso aconteça” e “Tenho em mim todos os sonhos do mundo” foram frases escolhidas por Kauany Santos para quadrinhos pendurados na parede de seu quarto.....	133

Figura 71 – Frase escrita à mão e presa na cabeceira da cama.....	134
Figura 72 – Núbia Silva mostra a cabeceira da sua cama servindo de suporte para as luminárias que, junto com os quadrinhos mais ao lado, compõem o cenário preferido para a gravação de seus vídeos.....	147
Figura 73 – Vic Mendes mostra: “Aqui é onde eu gravo”. Na imagem, é possível observar também tripé para câmera e iluminação artificial, que ajuda a melhorar a qualidade da imagem nos vídeos.	148
Figura 74 – “Aqui é onde eu estudo e tem esse cenarinho muito fofo”, mostra Mah Marangoni.....	149
Figura 75 – Segunda opção de cenário do quarto de Mah Marangoni...	149
Figura 76 – Terceiro cenário do quarto de Mah Marangoni.....	150
Figura 77 – Almofadas de <i>emoji</i> no quarto de Duda Guedes.....	150
Figura 78 – Almofadas com a marca do <i>Youtube</i> no quarto de Felipe Calixto.....	151
Figura 79 – Nas prateleiras do quarto de Hérica Gabrielli podemos observar diversas referências ao ambiente digital.....	151
Figura 80 – Comentário feito por internauta em vídeo de <i>tour</i> pelo quarto.	152
Figura 81 – Comentário feito por internauta em vídeo de <i>tour</i> pelo quarto.	153
Figura 82 – Comentário feito por internauta em vídeo de <i>tour</i> pelo quarto.	153
Figura 83 – Placas do <i>Youtube</i> de 100 mil e de um milhão de inscritos expostas na parede do quarto de Duda Guedes...	154
Figura 84 – Isa Camargo fala sobre a placa do <i>Youtube</i>	154
Figura 85 – Bela Almada, com sua placa comemorativa de 100 mil inscritos do <i>Youtube</i>	154
Figura 86 – Isah Batista mostra a plaquinha que ela mesma fez para comemorar os 10 mil inscritos em seu canal no <i>Youtube</i>	155

Lista de tabelas

Tabela 1 – Número de vídeos veiculados, classificados pelo ano de publicação.	59
--	----

1. Introdução

“O quarto é uma caixa, real ou imaginária. Quatro paredes, teto, chão, porta e janela estruturam sua materialidade. Suas dimensões, sua forma, sua decoração variam segundo as épocas e as classes sociais. Seu fechamento, como um sacramento, protege a intimidade do grupo, do casal, ou da pessoa. Daí a grande importância da porta e da chave, esse talismã, e das cortinas, esses véus do templo. O quarto protege: você, seus pensamentos, suas cartas, seus móveis, seus objetos. Muralha, ele afasta o intruso. Refúgio, ele acolhe. Depósito, ele acumula”.

(PERROT, 2011, p. 16)

A cama com muitas almofadas em cima. O armário cheio de roupas, com brinquedos amontoados no maleiro e a gaveta de roupas íntimas, secreta, protegida de todos os olhares. A penteadeira repleta de maquiagens, com um espelho grande e luzes como as dos camarins dos artistas. A escrivaninha sobre a qual estão o material escolar e também o computador. As paredes, encaradas como telas em branco, são preenchidas com plaquinhas e quadros com frases motivacionais e de autocuidado, tudo muito bem pensado, esteticamente calculado, para se transformar em uma “parede-cenário”. As prateleiras repletas de objetos fofos, uma miniatura da torre *Eiffell*, porta-retratos e algumas embalagens de marcas que são exibidas como objetos de decoração. Na mesa de cabeceira, carregador e capinhas de celular e muitas vezes o próprio *smartphone*. Material de gravação, como suporte de câmera e iluminação *softbox*, ajudam a compor o quarto. Caminhando pelo cômodo e mostrando orgulhosamente cada detalhe, contando as histórias dos objetos, está uma jovem que se dedicou a construir esse ambiente de modo a refletir “a sua cara”, a sua identidade, e que prazerosamente compartilha um pouco da sua intimidade, da privacidade do seu quarto, para quem possa se interessar.

Em um primeiro olhar, essa cena pode parecer corriqueira, despretensiosa, mas justamente o quanto ela é comum despertou nossa atenção. Aí está descrito um típico vídeo de *tour* pelo quarto que pode ser facilmente encontrado no *Youtube*. Uma pesquisa rápida na busca geral do *Google* pelo termo “*tour* quarto” na plataforma retorna 721 mil resultados e na busca por “*room tour*”, seu equivalente em inglês, há mais de 69 milhões de vídeos^{1,2}. Considerando, tal como José Machado Pais (2018), que de aspectos mundanos e questões ordinárias e aparentemente insignificantes da vida social podem emergir questões sociais

¹ Pesquisa realizada em 27 de Junho de 2020.

² A busca feita diretamente no site *Youtube* não apresenta mais o número total de vídeos encontrados. A pesquisa pelo site *Google* contempla também os resultados encontrados no *Youtube*.

significativas, tomamos aqui o quarto, mais especificamente o dos adolescentes, como nosso objeto de estudo. Nosso olhar se volta para a cultura do quarto (em inglês, *bedroom culture*) que foi discutida pela primeira vez por Angela McRobbie e Jenny Garber (1975), e que já nasceu ligada aos adolescentes.

A historiadora Michelle Perrot, em seu *História dos Quartos* (2011), publicado originalmente em francês, elenca os mais diversos caminhos que nos levam a esse aposento: “o repouso, o sono, o nascimento, o desejo, o amor, a meditação, a leitura, a escrita, a procura de si mesmo, Deus, a reclusão procurada ou imposta, a doença, a morte” (p. 15). Para os jovens, esse quarto é ainda mais. O quarto particular é o espaço que os jovens têm de mais próprio, mais seu. Lá, podem organizar *seus* objetos, decorar de acordo com *suas* preferências, exercer *suas* escolhas de consumo. Podem ficar a sós, refletir, praticar sua reflexividade, nos termos de Giddens (2002). O quarto é seu reduto de privacidade, onde os adolescentes lidam e tentam entender os acontecimentos de sua vida social, diária, mas também onde se desenvolvem tantas de suas subjetividades, sendo um ambiente importante para a construção identitária. É também um espaço de elaboração de narrativas de si, de produção cultural, de mediação, de comunicação, espaço onde se constroem e se manifestam culturas juvenis. O quarto adolescente é lugar de existência, e também de resistência. Retornando a Perrot (2011), para ela, “o quarto cristaliza as relações entre o espaço e o tempo” (PERROT, 2011, p. 16). Mais que isso, ainda, o quarto precisa ser considerado em sua dimensão política, através de suas práticas normalizadoras e como arena de disputa de relações de poder³.

Ao aceitarmos, portanto, o papel desse espaço cotidiano na formação da experiência pessoal e coletiva, propomos tomar aqui o quarto, assim considerado espaço simbólico e território político, como objeto de investigação e análise. Interessa-nos, porém, um tipo de quarto em particular: o dos adolescentes. Dentro de um lar familiar típico da sociedade moderna ocidental, mais comumente aqueles pertencentes a camadas sociais mais privilegiadas, o quarto adolescente costuma

³ Adotamos aqui as categorias de pensamento que tratam dos conceitos de lugar e espaço, em uma discussão já clássica da Geografia, e também bastante explorada sociologicamente pelos Estudos Culturais, a saber: o espaço é a delimitação geográfica e o lugar é o espaço significado, apropriado, praticado. Portanto, ao nos referirmos aos quartos juvenis, estamos considerando-os como lugar, tendo em vista a teia de significados a eles atribuídos a partir de vivências e experiências dos jovens. Em nosso texto, porém, faremos uso dos termos espaço e lugar como sinônimos, a fim de evitar repetição excessiva dos vocábulos, mas em todos os casos estaremos nos referindo a lugar.

ser visto como um cômodo à parte, espaço com regras próprias. Neste ambiente, tomado como “sagrado” pelo jovem, ele pode exercer sua individualidade, expressar seus gostos desde a decoração à música ambiente e à arrumação (ou falta dela). Se a casa, de um modo geral, está sob a liderança dos pais e adultos, em seu quarto o jovem se sente mais livre, mais à vontade, exercendo, naquele pequeno espaço delineado por quatro paredes, as suas vontades e preferências. Fecha-se a porta e tem-se um universo particular, espaço fértil para a constituição de significados e subjetividades específicos. Como afirmam Hodinkson & Lincoln (2008): “O quarto é o primeiro espaço do qual os jovens são capazes de apropriar-se e atua como uma presença constante no seu dia a dia durante a adolescência e, muitas vezes, até bem depois dos 20 anos” (HODINKSON & LINCOLN, 2008, p. 31)⁴.

Desta forma, a adolescência - considerada como categoria social e historicamente construída - também se delineia como questão central para nós. Quem é, porém, esse adolescente de quem estamos falando? A Organização Mundial da Saúde (OMS) define a adolescência como sendo o período que vai de 10 a 19 anos⁵. Já o Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA), de 1990, considera como adolescente aquele com idade entre 12 e 18 anos⁶. Vale citar também o marco dos 14 anos existente no Brasil e em alguns outros países como idade mínima legal para o trabalho, de modo que não se configure trabalho infantil. A partir desses exemplos é possível observar a dificuldade em se conceituar o termo “adolescente”, população que segundo o Censo Demográfico de 2010 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), representa atualmente 17,9% do total dos brasileiros, com pouco mais de 34 milhões de pessoas. No panorama global, a revista *Nature* (2018) delimita a adolescência como sendo o grupo composto por pessoas entre 10 e 24 anos, que correspondem a um total de 25% da população mundial (NATURE, 2018). Discutiremos no capítulo 2, a seguir, que tomaremos aqui a adolescência para muito além da questão etária, mas como categoria

⁴ Do original: “*The bedroom is the first space young people are able to take ownership of and acts as a constant presence in their everyday lives throughout teenage years and often well into the twenties*”. Tradução livre.

⁵ Eisenstein E. Adolescência: definições, conceitos e critérios . *Adolesc Saude*. 2005;2(2):6-7. Disponível em: http://www.adolescenciaesaude.com/detalhe_artigo.asp?id=167. Acesso em: 17 ago. 2020.

⁶ Estatuto da Criança e do Adolescente. Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990. Disponível em: <https://www.unicef.org/brazil/estatuto-da-crianca-e-do-adolescente>. Acesso em: 20 set. 2019.

histórica, social e culturalmente definida. Como argumentamos em trabalho anterior:

Vamos considerar como adolescentes também aqueles que estão vivendo em um período liminar e transitório, entre a infância e a vida adulta, época ligada a questões como o primeiro beijo, a iniciação sexual, a escolha da profissão, a dependência financeira, a valorização dos vínculos de amizade, a afirmação de gostos e preferências, entre tantas coisas. Sabemos que, em muitos casos, a adolescência se confunde e se mistura com a juventude, mas aqui para nós ela será vista como uma etapa anterior a essa juventude, considerando, então, um ciclo de vida composto pelas seguintes fases: infância, adolescência, juventude, vida adulta e terceira idade (sendo que entendemos o problema de terminologia que esta última etapa assumiria em nossa classificação, mas não cabe no escopo deste trabalho nos alongarmos nesta discussão) (AZEVEDO, 2015, p. 28).

Sem perder de vista a simplificação em que isso implica, por questões práticas e para definir o foco da nossa pesquisa, optamos por adotar aqui a adolescência tal como contemplada pela Organização Mundial de Saúde, ou seja, pessoas com idade entre 10 e 19 anos. Porém, para o presente estudo, um fator é fundamental: que esse jovem more na casa da família⁷.

Temos a consciência de que a opção por estudar esse público por meio de um olhar para seu próprio quarto nos leva a um tipo particular de jovem, notadamente das classes mais altas de nossa sociedade. Trata-se de jovens de classe média-alta das camadas urbanas, em que a maioria dos pais tem alto nível educacional, muitos deles com curso superior, e que vive em condições privilegiadas em relação à maioria da população, mesma categoria descrita por Gilberto Velho (1998) em *Nobres & Anjos*. Estamos abordando os quartos juvenis sabendo que muitas famílias brasileiras vivem em condições precárias de moradia, onde seria pouco provável conceber a ideia de um quarto próprio, quando a família inteira compartilha um ou dois cômodos no espaço doméstico e tantas vezes dividem a mesma cama. Mas é preciso começar por algum lugar, por um grupo, ter um foco que viabilize nossa investigação. Escolhemos esse, tendo em mente pesquisas futuras que podem se desdobrar daí, com a abordagem da relação de jovens com o espaço privado em outros contextos e circunstâncias.

Considerando, como Lincoln (2012), que “A experiência de um quarto e da ‘cultura de quarto’ pode ser extremamente pessoal, mas é também nesse espaço que

⁷ Isso posto, usaremos aqui os termos adolescente e jovem, e também adolescência e juventude, como sinônimos, a fim de evitar uma repetição exacerbada de termos na escrita.

se pode captar e compreender, tanto dentro quanto fora de suas quatro paredes, a própria essência da cultura juvenil” (LINCOLN, 2012 p. 5)⁸, entendemos que o quarto é primordial para a compreensão de aspectos centrais da juventude contemporânea. Nossa hipótese é que há um fortalecimento e consolidação da cultura de quarto juvenil na contemporaneidade que, para além de espaço privilegiado para a constituição de subjetividades juvenis e de reduto de consumo, se consagra também como espaço de comunicação desses jovens. O objetivo geral da pesquisa é analisar expressões da cultura do quarto dos adolescentes, visando entender as dinâmicas das relações dos jovens com seus quartos e o impacto dessas relações nos mais diversos âmbitos de suas vidas. Como objetivos específicos temos: 1) analisar representações midiáticas de quartos juvenis, de modo a compreender seus usos, assim como significados a eles atribuídos; 2) identificar “marcadores sociais” (DOUGLAS & ISHERWOOD, 2013) que representam ritos de passagem contemporâneos e compõem a construção de narrativas biográficas; 3) refletir sobre a cultura material no contexto da juventude; 4) entender como os jovens lidam com questões referentes à sua privacidade e intimidade; e 5) compreender os usos e apropriações que os jovens fazem das mídias em seus quartos.

Com essa pesquisa, pretendemos contribuir para os estudos sobre juventude e consumo desenvolvidos no campo da comunicação no país. O objeto de pesquisa aqui proposto apresenta um recorte singular, que está na articulação de temas como representações midiáticas, cultura material, consumo, privacidade e visibilidade, todos abordados no contexto da adolescência. Estabelecer relações entre esses temas, pela perspectiva da comunicação, nos abre um caminho bastante profícuo para a compreensão de consideráveis implicações de subjetivação juvenil na contemporaneidade. Importantes pesquisas nesse sentido, abordando um ou vários desses aspectos, já foram e estão sendo realizadas em outros países (Steele & Brown, 1995; Feixa, 2006; Kearney, 2007; Livingstone, 2010; Lincoln, 2012; Reid, 2017; Rebane, 2019). No Brasil, porém, pouquíssimos trabalhos publicados em português sobre o tema foram encontrados, sendo que a maioria não se dedica exatamente às questões mais específicas que pretendemos abordar. Inclusive, é este

⁸ Do original: “*The experience of a bedroom and ‘bedroom culture’ can be immensely personal but it is also a space within which the very essence of youth culture can be captured and understood both within and outside the four walls of that space*”. Tradução livre.

o fato que justifica o uso frequente de bibliografia estrangeira na pesquisa ao abordar o tema da “cultura do quarto”, mas que trata, claro, de uma abordagem aos jovens de outros países. Pretendemos, portanto, contribuir para o conhecimento do tema no Brasil, a partir de um estudo voltado para expressões juvenis em nosso país, com as particularidades e especificidades da nossa juventude e da nossa cultura.

A inspiração para a pesquisa se deu a partir do projeto *The Do Not Enter Diaries*, que consiste em uma série de vídeos publicados no site <https://vimeo.com/donotenterdiaries>, entre julho de 2012 e setembro de 2013. Organizado por Emma Orlow, na época com 17 anos, e Emily Cohn, com 18, o projeto de arte das amigas norte-americanas colocou no ar um total de 53 videodocumentários curtos, de até seis minutos de duração cada um, disponibilizados semanalmente, todos gravados nos quartos de jovens, chamados de correspondentes. A motivação delas para o desenvolvimento do projeto se deu pelo descontentamento das jovens com a forma com que os adolescentes são representados na mídia. Em entrevista ao *New York Times*, Cohn afirma: “Se observarmos nos canais *Nickelodeon* e *Disney Channel*, há uma representação muito específica de personagens adolescentes. A maioria é avoada e bobinha” (NEW YORK TIMES, 2013)⁹. Por isso, a ideia de apresentar depoimentos de jovens em seus quartos reais, considerados como “santuários secretos”. A proposta delas foi mostrar os jovens de maneira mais autêntica, a partir do ponto de vista dos próprios jovens, em seus quartos, com suas coisas, no espaço que melhor lhes representa, contribuindo, assim, para a circulação de novas representações sociais juvenis, nos termos de Moscovici (2011). Os vídeos do projeto, com depoimentos muito interessantes dos jovens em seu cômodo preferido, nos inspiraram a tentar entender melhor essa relação dos jovens com seus quartos no contexto brasileiro.

Para tanto, delimitamos o *corpus* de nossa pesquisa e o segmentamos em duas partes, sendo 1) representações de quartos juvenis no site da *Capricho* (<https://capricho.abril.com.br/>) e 2) vídeos de *tour* pelo quarto feitos pelos adolescentes brasileiros e disponibilizados na plataforma *Youtube*. Com relação ao

⁹ Do original: “You look at Nickelodeon and Disney Channel ... There’s such a specific picture of a teen character. Most are aloof and goofy”. Tradução nossa. Original disponível em <https://www.nytimes.com/2013/01/10/garden/the-do-not-enter-diaries-a-new-web-site-documents-teen-bedrooms.html>. Acesso em: 28 mar. 2021.

item 1, nosso *corpus* é a página na internet da *Capricho*¹⁰, maior site para adolescentes da América Latina, com 4,4 milhões de visitantes únicos, 9 milhões de *page views* e 86% de acessos *mobile*¹¹. O tema do quarto é frequente e recorrente no site *Capricho*. Em pesquisa realizada a partir da palavra “quarto” no site, encontramos 161 matérias sobre o assunto, publicadas entre 7 de novembro de 2013 e 28 de setembro de 2019¹². A análise dessas matérias nos permitiu conhecer representações de quartos juvenis em um grande veículo de comunicação voltado para o público jovem. Já a segunda parte do *corpus* é composta por vídeos de *tour* pelo quarto feitos pelos adolescentes e disponibilizados na plataforma *Youtube*. No total, analisamos 92 vídeos, sendo 33 de 2017, 24 de 2018 e 35 vídeos publicados de 2019. Gravados pelos próprios jovens e disponibilizados diretamente por eles no *Youtube*, esses vídeos nos permitiram “espiar” esses jovens em seus quartos e consistiram em rico material de análise para melhor entendermos as dinâmicas e atravessamentos que perpassam a vida desses jovens em sua relação com seus quartos. Destacamos que nossa análise se deteve totalmente em material público, com acesso aberto e gratuito a qualquer interessado, desde que conte com acesso à internet. Tendo em vista os objetivos, identificou-se como sendo necessária a realização de uma pesquisa de orientação qualitativa. Nessa perspectiva, mais especificamente, optou-se por abordagem metodológica que consiste em pesquisa documental e análise interpretativa do conteúdo, apoiada na Teoria das Representações Sociais (MOSCOVICI, 2011). A metodologia será melhor detalhada no capítulo 3.

A fim de atender aos objetivos aqui propostos, a tese está estruturada em cinco capítulos. Na seção inicial, capítulo 2, propomos uma discussão da adolescência como categoria histórica e social, que se caracteriza, dentre outros fatores, por ser um lugar de liminaridade para os sujeitos que nela estão. Refletimos sobre o enfraquecimento dos ritos de passagem tradicionais da adolescência e os novos recursos utilizados para tentar marcar essa fase da vida. É neste sentido que propomos que o quarto adolescente assume novos significados, e os objetos que nele são colocados passam a atuar também como “marcadores sociais”, nos termos de Douglas & Isherwood (2013). Refletimos também sobre os significados diversos

¹⁰ Endereço do site da Capricho: <https://capricho.abril.com.br/>

¹¹ Informações disponíveis em: http://publiabril.abril.com.br/midia_kits. Acesso em: 8 nov. 2019.

¹² Pesquisa realizada em 23 de janeiro de 2020.

atribuídos aos quartos pelos jovens, se constituindo como espaço privilegiado para a constituição de identidades. Esses quartos, ainda, se transformam em importante reduto de consumo, inclusive midiático, onde é possível observar manifestações das culturas juvenis que vão se dar essencialmente no espaço privado doméstico.

No terceiro capítulo, detalhamos a abordagem metodológica da pesquisa. Optou-se pela realização de uma pesquisa de orientação qualitativa, mais especificamente pela pesquisa documental e pela análise interpretativa do conteúdo, apoiada na Teoria das Representações Sociais. Foi feita a opção pela observação do fenômeno em ambiente *on-line*, considerando duas orientações distintas: um veículo de comunicação, o site *Capricho*, portanto, com representações mediadas pela mídia, e vídeos postados diretamente por jovens no *Youtube*. Propôs-se, então, uma discussão sobre a dinâmica desses vídeos e, além disso, uma breve análise da plataforma *Youtube* e sobre como os jovens dela se apropriam, tornando-se seu principal público gerador e consumidor de conteúdo.

No capítulo 4, nos dedicamos a refletir sobre a cultura material no contexto da juventude, a partir da relação dos jovens com os objetos que guardam em seu quarto. Partimos de uma revisão bibliográfica sobre a cultura material como base para analisar também como esses objetos ajudam a construir uma narrativa biográfica do jovem, registrando suas memórias enquanto dialoga com os símbolos de conquistas graduais de autonomia e ganho de responsabilidade em direção à vida adulta. Ainda, propomos uma relação dos quartos juvenis com o projeto da “*homeyness*”, analisado por McCracken (2012), e como esse espaço simbólico protege e resguarda o indivíduo, de certa forma agindo como uma “fachada cultural”, tal como proposta por Pais (1993).

No quinto e último capítulo, propomos uma breve discussão sobre como o conceito de privacidade foi construído ao longo dos tempos, sempre em contraposição ao espaço público. Refletimos também sobre como o jovem lida com a questão da intimidade, que esferas dessa intimidade faz questão de preservar e quais aspectos dela são cuidadosamente elaborados para exibição pública, de acordo com o conceito de “extimidade”, trabalhado por Tisseron (2013). Analisamos, ainda, o papel das mídias nesse espaço, considerando que o conteúdo midiático que se consome no quarto apresenta sentidos e representações que o jovem vai interpretar e ressignificar de maneira particular. Ao mesmo tempo, esse

quarto se consolida como cenário privilegiado para produção de conteúdo a ser disponibilizado nas mídias, em sua grande maioria, *on-line*.

A pesquisa aqui apresentada foi desenvolvida no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro – PUC-Rio. Mais especificamente, está afiliada à linha de pesquisa *Comunicação e Representação*, sob orientação da Professora Doutora Cláudia Pereira e em articulação com suas pesquisas que tratam das representações midiáticas das juventudes. A partir de um novo recorte, os quartos juvenis, esse estudo dialoga com pesquisa que realizei, na mesma instituição, desenvolvida no âmbito do curso de Mestrado, concluído em 2015. Na dissertação já me dediquei aos estudos das representações midiáticas da juventude, porém, tendo como objeto o fenômeno midiático e de consumo da literatura juvenil no país, a partir de um estudo de caso da obra da escritora Thalita Rebouças (AZEVEDO, 2015).

2. O jovem e seu quarto

Abordaremos aqui a adolescência como categoria histórica e social, que se caracteriza, dentre outros fatores, por ser um lugar de liminaridade para os sujeitos que nela estão. Esse estado de liminaridade em que se encontram esses jovens, que já não integram mais a infância, mas tampouco são considerados adultos, apresenta desafios ainda maiores na contemporaneidade. Se nas sociedades tradicionais os ritos de passagem de uma condição a outra eram claros e rígidos, hoje em dia de certa forma eles se diluíram, fazendo com que a entrada na vida adulta seja ainda mais difícil de se concretizar, em um prazo que também não é possível prever ao certo. Nesse contexto, os jovens buscam alternativas e se apropriam de outros recursos para tentar marcar essa fase da vida. O quarto adolescente, então, assume novos significados, e os objetos que nele são colocados, expostos ou mesmo escondidos pelos jovens, passam a atuar também como marcadores sociais, nos termos de Douglas & Isherwood (2013). Para além disso, os quartos juvenis assumem significados diversos quanto às mais variadas possibilidades de reapropriação e ressignificação pelos sujeitos, sendo espaço privilegiado também para a constituição de identidades. Esses quartos, ainda, se transformam em importante reduto de consumo, onde é possível observar manifestações das culturas juvenis que vão se dar essencialmente no espaço privado doméstico.

2.1. A adolescência e os marcadores sociais juvenis

Como afirmamos em nossa introdução, para fins práticos, consideraremos aqui como adolescentes/ jovens, em concordância com a Organização Mundial da Saúde, pessoas com idade entre 10 e 19 anos. Tendo em vista que, segundo o Censo Demográfico de 2010 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), esse grupo representa atualmente 17,9% do total dos brasileiros, com pouco mais de 34 milhões de pessoas, cabe ressaltar a dificuldade em delimitar e classificar a adolescência e a juventude. É um consenso entre pesquisadores das ciências sociais que a juventude é uma categoria histórica, social e culturalmente construída. Mais que isso, de acordo com Luís Antonio Groppo (2000), tem “importância crucial para o entendimento de diversas características das sociedades modernas, o funcionamento delas e suas transformações” (GROPPO, 2000, p.12). O autor aponta a relação entre juventude e modernidade pois, para ele, acompanhar as

mudanças dos significados e vivências sociais da juventude seria um importante recurso para entendimento das metamorfoses da própria modernidade ao mesmo tempo em que também a modernidade é “o processo histórico-social de construção das juventudes como hoje a conhecemos” (GROPPO, 2000, p.12).

Morin concorda e afirma que “a adolescência surge como classe de idade na civilização do século XX” (MORIN, 2011, p. 148) e destaca a adolescência como sendo uma fase em que o indivíduo sofre de “indeterminações, biterminações e conflitos” ao já não fazer parte totalmente do mundo infantil, mas também não tendo sido integrado ainda ao universo adulto. A passagem de um polo a outro se dará, para ele, em uma zona de cultura, que vai preparar esse indivíduo para assumir-se, perante a si e aos outros, como adulto. Essa zona incerta, de acordo com Morin, seria preenchida por dois diferentes aspectos: 1) a cultura adolescente e 2) a escolaridade prolongada e a condição de estudante.

A questão da escola é fundamental na discussão sobre a adolescência. Jane Hunter (2002) aponta essa relação ao afirmar que as garotas do meio do século XX começaram a ser enviadas à escola como forma de ‘atrasar’ sua entrada no mundo adulto, adiando responsabilidades e obrigações e, ao mesmo tempo, ficando sob certa proteção da vida urbana, vista então como arriscada e perigosa para elas. Além de oferecer um refinamento para as garotas, a escola era também uma maneira de tentar impedir que crescessem muito rápido. Hunter cita o historiador Joseph Kett e sua afirmação de que as meninas vitorianas da classe média foram as “primeiras adolescentes”. A autora explica que o termo “*young ladies*” estava muito associado ao ambiente doméstico e as meninas que frequentavam a escola começaram a ser chamadas de “*schoolgirls*”, termo que mais tarde foi abreviado para “*girls*”, equivalente aos “*boys*” do gênero masculino: “Uma estudante passou da puberdade, mas preservou sua inocência, individualidade e status de classe... Ela era par e igual aos garotos, não uma criatura refinada de salão” (HUNTER, 2002, p. 394)¹³.

Bourdieu (1983) também aponta a escola como instituição de controle e contenção dos jovens, como recinto onde eles estariam afastados de suas funções sociais enquanto aprendem valores, comportamentos e regras que permitirão a manutenção e continuidade do sistema de poder das classes privilegiadas e da

¹³ Do original: “A *schoolgirl* had passed puberty but had preserved her innocence, individuality, and class status ... She was a peer and equal of boys, not a refined creature of the parlor”. Tradução livre.

sociedade de modo mais geral. Para o autor, delimitar os jovens já é um meio de, em si, tentar controlá-los:

(...) a idade é um dado biológico socialmente manipulado e manipulável; e que o facto de se falar dos jovens como uma unidade social, de um grupo constituído, dotado de interesses comuns, e de se referir esses interesses a uma idade definida biologicamente, constitui já uma evidente manipulação” (BOURDIEU, 1983, p. 153).

Ainda sobre a escola, Phillippe Ariès (1981) destaca a importância do papel dessa instituição no sentido de controle da infância e da adolescência. O autor argumenta que, antes, havia um sentimento generalizado de que a infância era bem curta, sendo que já por volta de cinco a sete anos de idade, a criança “se fundia sem transição com os adultos” (ARIÈS, 1981, p. 123). Foi a introdução da escola que criou condições para o prolongamento da infância: “As classes de idade em nossa sociedade se organizam em torno de instituições. Assim, a adolescência, mal percebida durante o Ancien Régime, se distinguiu no século XIX e já no fim do século XVIII através da conscrição, e mais tarde, do serviço militar” (ARIÈS, 1981, p. 123). O autor destaca que, durante muito tempo, como na escola medieval, as instituições de ensino não faziam distinção com relação à idade de seus alunos, sendo inclusive comum crianças e adultos dividindo as mesmas classes. A divisão em classes regulares e separadas por idades foi tardia e se deu a partir do reconhecimento e compreensão de uma particularidade da infância e da importância moral e social da educação.

A partir de uma ampla análise de obras de arte e registros iconográficos, o autor relata o ganho de importância da criança, cuja descoberta se deu no século XIII, evoluiu pelos séculos seguintes, com pleno estabelecimento apenas nos anos finais do século XIX. Inseparável deste sentimento da infância está o da família, que emerge nos séculos XVI-XVII. É neste contexto mais amplo que o autor aborda também a questão que aqui nos interessa mais particularmente que é a construção histórica e social da adolescência:

(...) a consciência da juventude tornou-se um fenômeno geral e banal após a guerra de 1914, em que os combatentes da frente de batalha se opuseram em massa às velhas gerações da retaguarda. A consciência da juventude começou como um sentimento comum dos ex-combatentes, e esse sentimento podia ser encontrado em todos os países beligerantes, até mesmo na América de Dos Passos. Daí em diante, a adolescência se expandiria, empurrando a infância para trás e a maturidade para frente (ARIÈS, 1981, p. 14-15).

Desta forma, a adolescência até então considerada desprovida de qualquer destaque ou importância, assume um favoritismo, se consolidando como a etapa da vida em que se deseja estar por muito e muito tempo. Essa valorização da adolescência na contemporaneidade não torna sua vivência menos turbulenta. Morin destaca que essa é a fase em que “rupturas e perturbações atingem seu máximo de intensidade com a passagem da infância à idade adulta” (MORIN, 2009, p. 144). Essas “rupturas e perturbações” características da adolescência intensificam o processo de formação identitária dos jovens, cuja personalidade social, segundo o autor, ainda não está formada na adolescência. O jovem estaria à procura de sua identidade adulta, procurando se diferenciar e encontrar o que será autêntico para si. Ao mesmo tempo em que busca o que lhe é particular, não perde de vista a procura por integração na sociedade. Para Groppo (2000), esse “processo de individuação” vivenciado na juventude é caracterizado pela instabilidade e envolve problemas emocionais, conflitos com os pais e difíceis ajustes, entre outros fatores.

Fundamental na adolescência é seu caráter de transitoriedade, uma vez que consiste em uma fase da vida que não é permanente, é passageira, uma fase de transição: “hoje, é o próprio caráter transitório da adolescência, com todas as suas transformações e passagens, que ergue as fronteiras que a separam da infância e da vida adulta” (ROCHA & PEREIRA, 2009, p. 25). Para além da transitoriedade, tem-se aqui uma outra característica fundamental que permeia a adolescência, que é a liminaridade, conforme discutida por Turner (2013 [1974]). Para ele, a passagem de um indivíduo de uma posição considerada mais baixa na estrutura social para outra acima, se dá através do que ele chama de um “limbo de ausência de *status*” (TURNER, 2013, P. 99). Esse limbo se justifica, segundo ele, por conta do caráter liminar dessa passagem:

Os atributos da liminaridade, ou de *personae* (pessoas) liminares são necessariamente ambíguos, uma vez que esta condição e estas pessoas furtam-se ou escapam à rede de classificações que normalmente determinam a localização de estados e posições num espaço cultural. As entidades liminares não se situam aqui nem lá; estão no meio e entre as posições atribuídas e ordenadas pela lei, pelos costumes, convenções e cerimonial (TURNER, 2013, P. 98).

Da Matta (2000) afirma que essa liminaridade consiste “na segregação de uma pessoa”, o que a deixaria temporariamente “fora do mundo” (DAMATTA, 2000, p. 20). Calligaris (2000) traça uma analogia dessa posição marginal na

adolescência com o que ele chama de “moratória”. Para ele, a passagem da infância para vida adulta seria um enigma, uma fase de duração misteriosa, na qual, apesar de os jovens já terem assimilado os valores da sociedade, terem seus corpos equiparados ao de um adulto e já serem capazes de assumir importantes responsabilidades, sofrem uma espécie de “moratória” ao serem impedidos de se assumirem como adultos e, mais ainda, de serem reconhecidos como tal pelos próprios adultos. O autor afirma ainda que “o equivalente da adolescência, em outras culturas, é um rito de iniciação, eventualmente acompanhado de algumas provas. Por mais duras que possam ser, elas serão sempre mais suportáveis do que a indefinida moratória moderna” (CALLIGARIS, 2000, p. 20).

A transitoriedade entre a infância e a vida adulta costuma ser permeada pelo que a Antropologia convencionou chamar de “ritos de passagem” e que funcionam como uma forma de controle das culturas sobre os indivíduos, um acompanhamento próximo para que passem de uma etapa a outra da vida, assumindo as responsabilidades esperadas em cada uma delas, tal como explica Gennepe (2013):

É o próprio fato de viver que exige que as passagens sucessivas de uma sociedade especial a outra e de uma situação social a outra, de tal modo que a vida individual consiste em uma sucessão de etapas, tendo por término e começo conjuntos da mesma natureza, a saber, nascimento, puberdade social, casamento, paternidade, progressão de classe, especialização de ocupação, morte. A cada um desses conjuntos acham-se relacionadas cerimônias cujo objeto é idêntico, fazer passar um indivíduo de uma situação determinada a outra situação igualmente determinada (GENNEPE, 2013, p. 24).

O autor analisa alguns dos ritos de passagem associados a cada uma dessas etapas e, mais especificamente ao abordar a adolescência, se empenha em mostrar que a puberdade fisiológica e a “puberdade social” são essencialmente distintas, e fundamenta uma visão da adolescência como fenômeno social e não biológico, natural. Para ele, os ritos de passagem associados à adolescência são, em sua maioria, os chamados “ritos de iniciação”, que vão começar a iniciar o indivíduo em uma próxima etapa da vida social. Os ritos de iniciação têm caráter sexual, ou seja, correspondem à iniciação sexual desses indivíduos, que seria uma característica-chave para o posterior ingresso pleno na vida adulta. “Rito de passagem é a identificação antropológica de um mecanismo que mostra a sociedade e a cultura em seu desejo de controle sobre qualquer mudança que cada um dos seus seres, individual ou coletivamente, queira realizar em seu interior” (ROCHA &

PEREIRA, 2009, p. 25). Para os autores, através dos ritos a sociedade tem a necessidade de controlar seus indivíduos.

Pais (2009) destaca que atualmente muitos desses ritos desapareceram ou perderam sua força: “Hoje em dia, são mais fluidos e descontínuos os traços que delimitam as fronteiras entre as diferentes fases de vida” (PAIS, 2009, p. 373). Para ele, na contemporaneidade, para entender alguns comportamentos juvenis, seria mais indicado um outro conceito, o de “ritos de impasse”: “Os ritos de impasse aparecem associados a situações de anomia, quando necessidades essenciais de segurança e autoestima não se satisfazem ou quando sentimentos de pertença identitária se fragilizam” (PAIS, 2009, p. 380).

Pais aponta que, por mais que as trajetórias de vida sejam individuais, estão sujeitas a regularidades que têm marcas culturais e que podem ser observadas, por exemplo, nas fases da vida. Apesar de não possuírem fronteiras muito rígidas, há alguns consensos sobre as fases da vida, em que há, por exemplo, um reconhecimento sobre as idades mínimas adequadas para se casar ou ter filhos, por exemplo. O autor afirma que:

Provavelmente, estamos perante *ritos de impasse* que acabam por preencher vazios de trocas simbólicas e ritualísticas que, em sociedades tradicionais, constituíam modelos consistentes de construção da identidade juvenil, inscrita em processos concertados de transição para a vida adulta. Tais *ritos de impasse* envolvem jovens para os quais o futuro é ameaçador, daí que apostem em diferentes estratégias: ora vivendo o presente menosprezando o futuro; ora tacteando oportunidades, numa lógica de «para o que der e vier». De facto, umas vezes os riscos criam oportunidades, outras vezes geram situações de impasse, sujeitas a novas ritualizações. (PAIS, 2009, p. 380-381).

Nesse contexto, e tendo em vista o tema principal dessa pesquisa, cabe considerar que, muitas vezes, o próprio quarto do adolescente pode representar um rito de passagem nos tempos atuais. Reid (2017) não se aprofunda nesse aspecto específico, mas aponta que a conquista do quarto próprio poderia, em si mesma, ser considerada um rito de passagem:

Proporcionar um quarto próprio ao filho adolescente transformou-se, portanto, em algo maior que um rito de passagem burguês, uma expressão de opulência entre a classe média urbana. Especialistas em desenvolvimento infantil passaram a

enxergar nele um meio de produzir cidadãos racionais e autônomos, aptos a defender as tradições democráticas liberais da nação (REID, 2017, p. 39)¹⁴.

Lincoln (2012) dedica-se também a uma análise da materialidade dos quartos, considerando que, ao decidirem os objetos que colocam em seus espaços privados, os jovens fazem suas escolhas baseados, entre outras coisas, no seu envolvimento e engajamento em esferas públicas, assim como a forma com que levam em consideração o que esses itens ‘dizem’ sobre suas infâncias e/ou sobre suas identidades adultas emergentes. Para a autora, esses objetos historicizam o espaço (LINCOLN, 2012, p. 146). O quarto, então, é um lugar de experimentação, exploração e de transições, como afirma a autora:

Além de um espaço de consumismo passivo usado de forma momentânea ou fugaz, o quarto é também ‘transitório’ em si mesmo, e é aqui que o conceito de ‘idade’ torna-se importante ferramenta para dar sentido às transições de um jovem no contexto de seu espaço privado. O quarto é uma parte crucial dessas transições por ser um importante espaço de articulação para quando esse jovem está passando por profundas transformações, por exemplo, ao se preparar para provas decisivas (LINCOLN, 2012, p. 90)¹⁵.

A autora aponta que as próprias mudanças podem ser sentidas no quarto, como quando o jovem retira brinquedos para colocar pôsteres de seus astros preferidos, ou insere uma mesa para se dedicar aos estudos, e outras mudanças que indicam um aumento gradual de responsabilidades. Detalharemos algumas dessas práticas no Capítulo 4.

De acordo com Hodinkson & Lincoln (2008), essas mudanças na decoração e disposição dos móveis tendem a estar intimamente ligadas à identidade de seu ocupante, também em transformação, consistindo no que eles chamam de uma “narrativa histórica seletiva da identidade” (p. 33). Assim, os jovens trabalhariam reflexivamente suas identidades:

¹⁴ Do original: “Providing an adolescent child with a room of his or her own was thus transformed into something more than a bourgeois rite of passage, an expression of affluence among the urban middle classes; it was seen by child development experts as a means of producing rational, autonomous citizens who were well equipped to uphold the nation’s liberal democratic traditions”. Tradução livre.

¹⁵ Do original: “They are not just space of passive consumerism used momentarily or fleetingly but are ‘transitional’ in themselves and this is where the concept of ‘age’ becomes important as a tool through which one can make sense of youth transitions in the context of their private space. Bedrooms can be considered a crucial part of a young person’s transitions because such spaces are important sites of articulation when a young person is going through ‘life-changing’ moments, for example when taking important exams”. Tradução livre.

A evolução da disposição e decoração do quarto está diretamente relacionada às transições e aos ritos de passagem dos jovens. As incertezas e transformações da juventude são negociadas e demarcadas por meio da organização e reorganização do quarto, permitindo aos jovens se posicionarem e reposicionarem quanto aos seus interesses, afiliações, grupos de amigos e uma série de outros fatores (HODINKSON & LINCOLN, 2008, p. 33)¹⁶.

Como apontam Hodinkson & Lincoln (2008), enquanto espaço onde é possível ficar sozinho e exercer determinada autonomia, o quarto se configura como espaço pessoal de considerável importância para o “projeto reflexivo do eu”, nos termos de Giddens (2002). Considerando que os adolescentes, em seu dia a dia, na maior parte do tempo circulam entre a família, escola e amigos, seu quarto seria o espaço privilegiado onde podem ficar sozinhos e lidar com todas essas emoções e dificuldades vividas em público. Não por acaso, portanto, é nesse quarto que o jovem vai tentar primeiro de certa forma “imprimir” sua identidade em formação, de modo a ser um espelho para ele mesmo, mas também uma vitrine para os outros. Suas coisas, móveis e objetos vão refletir esse processo identitário.

Nessa perspectiva, os móveis, objetos e demais bens que compõem o quarto, assumem uma importante função, tal como apontam Douglas & Isherwood (2013), que é a de estabelecer e manter relações sociais (p. 103). Defendemos aqui a ideia de que os bens, muitas vezes, funcionam como marcadores sociais, que podem registrar, inclusive, as passagens de tempo e de amadurecimento na vida do indivíduo. Considerando como os autores que “... as mercadorias são boas para pensar” (DOUGLAS & ISHERWOOD, 2013, p. 106), olharemos mais detalhamento a elas no capítulo 4, no qual vamos nos dedicar a analisar expressões da cultura material juvenil a partir dos quartos dos adolescentes.

Considerando essa questão específica dos ritos de passagem/ impasse que marcam a entrada dos jovens na vida adulta, temos que um dos grandes desafios da vida social seria justamente a tentativa de estabilizar significados para que fiquem estáveis por determinado tempo, o que antes era feito justamente pelos rituais tradicionais: “Tanto para a sociedade tribal, quanto para nós, os rituais servem para conter a flutuação dos significados” (DOUGLAS & ISHERWOOD, 2013, p. 110). Os autores destacam que os rituais mais eficazes fazem uso de coisas materiais que

¹⁶ Do original: “*The evolution of the arrangement and decoration of bedroom space can relate closely to transitions and rites of passage for young people. The uncertainties and changes of youth are negotiated and marked out through the arrangement and rearrangement of bedroom space, enabling young people to place and replace themselves with respect to interests, affiliations, networks of friends and a range of other factors*”. Tradução livre.

ajudam a fixar significados: “Os bens, nessa perspectiva, são acessórios rituais” (DOUGLAS & ISHERWOOD, 2013, p. 110). Cabe supor então que, no enfraquecimento ou ausência dos rituais que marcam a passagem dos adolescentes à vida adulta na contemporaneidade, os jovens fazem uso de seus bens e objetos também como marcadores sociais, para marcar um “caminhar” para a vida adulta. “O objetivo mais geral do consumidor só pode ser construir um universo inteligível com os bens que escolhe” (DOUGLAS & ISHERWOOD, 2013, p. 110).

Por meio do consumo e dos bens que escolhem para si, os jovens de certa forma substituem os rituais tradicionais e marcam a passagem do tempo através da seleção e exibição dos objetos em seus quartos. Cabe destacar, como afirmam os autores, que o consumo em si mesmo é uma atividade ritual. “O objetivo do consumidor é operar um sistema coerente de informações, utilizando serviços de marcação” (DOUGLAS & ISHERWOOD, 2013, p. 220). Se, como veremos, o quarto próprio é o primeiro território que o jovem tem sob seu controle (ainda que relativo), o lugar em que pode gerenciar sozinho, de acordo na maioria das vezes, com seus próprios gostos e vontades, tem-se que os bens e objetos que ele coloca em seu quarto comunicam não só aos visitantes, mas em especial lembram eles mesmos, de quem eles são. Os bens escolhidos vão refletir aspectos de sua identidade em formação e de sua transição em direção à vida adulta. O quarto, portanto, é um local privilegiado para a constituição de subjetividades juvenis, assim como espaço onde se dão processos de marcação social, através especialmente de bens e objetos, e que vão, por sua vez, de certa forma, tomar parte do lugar antes ocupado pelos ritos de passagem tradicionais.

2.2. Quartos como lugares de significação

Dinâmica como toda cultura, ao longo do tempo muitos significados foram sendo incorporados à cultura do quarto, ressignificações e reapropriações se dão o tempo todo. Os quartos são espaços complexos de se compreender: estabilizar a identidade e experimentar outras; refúgio em tempos difíceis, mas onde se lida com as dificuldades; espaço sem controle dos pais, mas ainda sob sua regulação; seu uso é influenciado pela localização, gênero, classe social, idade. O significado do quarto para o jovem quase nunca é estável, sendo alterado com o passar dos anos. O tema tem chamado a atenção de pesquisadores estrangeiros, que se dedicam a estudos

para melhor tentar compreender os fenômenos que se passam dentro das quatro paredes desse quarto juvenil. Aqui nessa seção comentamos alguns desses trabalhos, que nos ajudam a refletir sobre o tema e a embasar nossa pesquisa.

A ideia de uma “cultura do quarto” (em inglês, *bedroom culture*) foi apresentada pela primeira vez por Angela McRobbie e Jenny Garber (1975), e já nasceu ligada aos adolescentes. Ao investigarem as razões da pouca importância dada ao papel das garotas nos grupos subculturais juvenis, as autoras indicaram que, por volta dos anos 1950, havia certo confinamento das meninas ao ambiente doméstico, menos autorizadas que eram a saírem às ruas, vistas, por sua vez, como território dos meninos. A maior vigilância dos pais, uma ideia de que deveriam ser precocemente preparadas para o casamento e a alcunha de “promíscuas” que recebiam as garotas que passavam muito tempo nas ruas levaram as meninas a negociar um papel diferente nas culturas juvenis e nas indústrias de lazer que começavam a se fortalecer. O consumo feminino juvenil, então, se desenvolveu principalmente à parte da esfera pública, dentro de casa e das casas das amigas, mais especificamente, em seus próprios quartos.

Jason Reid (2017), PhD em História e professor da *Ryerson University*, em Toronto, concorda com McRobbie e Garber de que a cultura do quarto nasceu muito mais ligada às meninas: “Por toda parte, à época, a cultura do quarto juvenil foi sendo moldada pelo argumento de ‘esferas separadas’ e outras ideias tradicionais sobre gênero” (REID, 2017, p. 4)¹⁷. Além de estarem mais confinadas ao espaço doméstico, outros fatores influenciaram. Reid aponta que o quarto era visto como uma possibilidade de as garotas ‘treinarem’ para uma futura vida de casadas e donas de casa. No âmbito de seus quartos exercitavam os cuidados domésticos, a limpeza e a decoração. Pode ter contribuído para afastar os meninos da cultura do quarto, em seu início, o terror e a repulsa que a masturbação masculina causavam na época. O autor defende, porém, que na cultura contemporânea, os quartos estão além da questão do gênero, assumindo papel fundamental também para os garotos. Em nossos dias é consenso entre os pesquisadores do tema de que a cultura do quarto abrange também os garotos (FEIXA, 2006; LINCOLN, 2012; REID, 2017).

Em seu livro *Get out of my room!: a history of teen bedrooms in America*, Reid assume o objetivo de entender como se deu a emergência e normatização do

¹⁷ Do original: “At nearly every turn, then, teen bedroom culture was shaped by the ‘separate spheres’ argument and other long-standing ideas on gender”. Tradução livre.

quarto juvenil particular na cultura norte-americana e os fatores sociais, instituições, indivíduos e ideais que contribuíram para essa consolidação, com um importante levantamento histórico sobre a questão, desde a primeira metade do século XIX até os tempos atuais.

O autor apresenta registros de expressão da cultura do quarto juvenil - em uma época que antecedeu o próprio conceito de adolescentes - entre famílias aborígenes e urbanas do Nordeste e Centro-Oeste norte-americano, durante as décadas anteriores à Guerra Civil, mas de forma muito distante do que temos hoje em dia. Foi após o fim da segunda guerra que os quartos assumiram uma identidade mais próxima ao que temos hoje. Inicialmente acessível apenas às famílias mais abastadas, por volta das décadas de 1920 e 1930, por exemplo, garotas e garotos da classe trabalhadora conquistavam cada vez mais seus próprios quartos, guiados por dois fatores principais: famílias menos numerosas e o crescente padrão de vida. Além disso, no pós-guerra, as casas também foram se tornando maiores, a compra da casa própria se tornou mais comum, e ainda a própria juventude se tornou uma força motriz na economia do pós-guerra.

Levando em consideração a fundamental importância do quarto na constituição de subjetividades juvenis, tem-se aí também uma das bases para o crescente envolvimento juvenil na cultura popular norte-americana ao mesmo tempo em que a própria ideia de juventude se consolidava no Ocidente. Ao longo da reconstituição da história dos quartos juvenis, Reid conta, em detalhes, histórias reais de adolescentes, seus depoimentos, e cita uma grande variedade de artigos de especialistas, das mais diversas áreas – da saúde à decoração – que promoveram argumentos contra e a favor do quarto próprio do jovem, todos publicados em jornais e revistas ao longo dos anos, detalhando o quanto, desde o início, a construção dessa cultura esteve imbricada à mídia e à emergência de uma cultura popular juvenil.

Para além de espaço privilegiado para observação da juventude, o quarto é também arena de onde se é possível analisar transformações das famílias contemporâneas e questões de parentalidade. Dar aos jovens uma maior autonomia em seus quartos implicava em pais que aparentemente abriam mão de algum controle na vida de seus filhos, com práticas menos autoritárias e mais igualitárias, mas que ao mesmo tempo consistiam no reforço de práticas de controle, como afirma Reid:

Embora muitas vezes seja comercializado como um meio de fornecer aos filhos à beira da idade adulta maior liberdade e independência, o quarto autônomo proporciona aos pais uma forma sutil, porém eficaz de vigilância. Tomando-se emprestada a fala de Michel Foucault, o quarto do adolescente é mais bem entendido como ‘um projeto de coerção sutil’, um meio de melhorar o exercício do poder parental, ‘tornando-o mais leve, mais rápido, mais eficaz’. É bom lembrar, afinal, que os filhos estão sempre por perto e a espionagem passa a ser possível quando os adolescentes saem de casa por longos períodos de tempo. Pode-se até argumentar que o quarto autônomo não oferece nada mais do que a ilusão da privacidade, encorajando uma série de experiências positivas para o jovem enquanto outras formas de autoridade permanecem por perto (REID, 2017, p. 8-9)¹⁸.

Outra obra de fundamental importância sobre o tema dos quartos juvenis é o extenso estudo de Siân Lincoln, publicado em seu livro *Youth Culture and Private Space* (2012). Nele, a autora, Professora Sênior em Estudos de Mídia da *Liverpool John Moores University*, do Reino Unido, propõe uma abordagem original, ao reivindicar a importância dos estudos das culturas juvenis em espaços privados, dos quais o quarto juvenil seria o maior e mais destacado representante. A autora chama a atenção para o escasso número de pesquisas nesse sentido e critica duramente o que ela considera um foco excessivo dos estudos do *Centre for Contemporary Cultural Studies* (CCCS)¹⁹ nos espaços públicos para analisar as práticas e movimentos culturais dos jovens.

Lincoln (2012) apresenta seu estudo com base em métodos etnográficos, tendo entrevistado 50 jovens em seus quartos, com sua amostra dividida igualmente entre garotos e garotas. Com o objetivo de compreender o papel do quarto na cultura contemporânea, foi a fundo para entender seus usos e apropriações pelos jovens. Ela aponta que o quarto individual é ainda muito valorizado e almejado pelos adolescentes, que empenham uma série de negociações para ter seu espaço privado particular. Desde o período pós-guerra, quando não era possível ter um quarto

¹⁸ Do original: “Although it is often marketed as a means of providing children on the cusp of adulthood with greater freedom and independence, the autonomous teen bedroom offers parents a subtle yet effective form of surveillance. To borrow a phrase or two from Michel Foucault, the teen bedroom should be best understood as “a design of subtle coercion”, a means of improving the exercise of parental power by “making it lighter, more rapid, more effective”. It is well to remember, after all, that parents are never too far away from their offspring at any given moment, and that parental snooping is possible anytime the child leaves the home for extended periods of time. One could even argue that the autonomous teen bedroom offers nothing more than the illusion of privacy, encouraging a host of teen-friendly experiences while other forms of authority linger nearby”. Tradução livre.

¹⁹ O CCCS é um centro de pesquisa de pós-graduação, fundado em 1964, na Universidade de Birmingham. As relações entre a cultura contemporânea e a sociedade, isto é, suas formas culturais, instituições e práticas culturais, assim como suas relações com a sociedade e as mudanças sociais, vão compor o eixo principal de observação do CCCS.

próprio, jovens iam se apropriando de saletas, lavanderias, sótãos e qualquer canto onde julgassem caber.

A autora destaca que o quarto não é nada estático, os jovens entram e saem, e também muda de acordo com as mudanças de seus donos à medida em que o tempo vai passando. Mesmo que esses espaços pareçam mudar muito pouco visualmente, a simples presença de um jovem nele, vivendo sua vida social e cultural, significa que esse espaço nunca é estático. A autora destaca ainda a relação em tempo integral que há entre o público e o privado nesse espaço, como por exemplo, quando a garota passa horas no quarto se maquiando e se arrumando para parecer mais velha e poder entrar em determinados clubes noturnos. Como afirma Lincoln: “(...) faz-se importante refletir sobre como as atividades que ocorrem dentro do quarto são ditadas pelo contexto mais amplo de regras, regulamentos e responsabilidades da casa e da família, assim como do ‘público’”(LINCOLN, 2012, p; 71)²⁰. O quarto também assume diferentes significados dependendo de quem o ocupa no momento, varia muito se é a mãe, um irmão menor, uma amiga, um namorado ou se o jovem está sozinho.

Assim como Reid, Lincoln dedica um capítulo de seu livro à interação dos jovens com a tecnologia em seus dormitórios individuais, mostrando o paradoxo do quarto como local de isolamento e privacidade, mas também como centro multimídia onde é possível estar conectado com pessoas ao redor do mundo. Indo além, no livro, em seu último capítulo, ela atualiza artigo publicado com Paul Hodkinson, em 2008, no qual traçam uma analogia do quarto juvenil com a prática de escrita e gerenciamento de *blogs* pessoais na internet. Ao comparar o espaço físico do quarto com o espaço “virtual” do *blog*, os autores propõem que o segundo assume para os jovens as mesmas propriedades simbólicas do primeiro, quer sejam, entre outras, a prática da propriedade e do controle individual, assim como o significado do espaço pessoal para as vidas e identidades dos jovens na atualidade.

Com uma investigação sobre a participação dos jovens no *LiveJournal*²¹, os autores apontam o significativo *status* simbólico desses espaços considerados como

²⁰ Do original: “... it is important to consider how the activities that take place within bedrooms are regulated by the wider context of the domestic and Family rules, regulations and responsibilities as well as by the realm of ‘the public’”. Tradução livre.

²¹ Fundado em 1999, o *LiveJournal* é uma comunidade virtual na qual os usuários da Internet podem manter um blog, um jornal ou um diário. Cada usuário tem um perfil com o qual pode interagir com comunidades e outros usuários. O serviço combina recursos de *blogs* e redes sociais.

territórios pessoais e da importância que assumem como base para o mapeamento das identidades juvenis. Entre os paralelos identificados pelos autores em entrevistas realizadas por Lincoln com jovens usuários desse recurso digital, citam, entre outros: tal como em seus quartos onde só entram quem os jovens permitem, nesses espaços virtuais a interação só pode se dar com os autorizados, aceitos como ‘amigos’; tanto quartos como páginas virtuais são considerados como espaços seguros e de privacidade; customização da página virtual em paralelo com a forma como os jovens decoram seus quartos e exibem o que lhes convém de forma a mostrar sua personalidade (exibição do *self* cuidadosamente elaborada); murais virtuais nos quais os jovens demonstram seus interesses e preferências se equivalem às paredes cheias de pôsteres, cartazes e fotografias dos quartos. Hodinkson e Lincoln finalizam afirmando que:

E aqui a privacidade proporcionada pelas paredes do quarto combina-se com o nível de controle possibilitado pelas próprias tecnologias (como bloquear *e-mails* ou rejeitar ligações) para permitir um significativo poder de influência dos jovens sobre quem lhes tem acesso comunicativo, bem como sobre a natureza e o conteúdo de tais interações. Desta forma, as tecnologias expandem a capacidade do quarto de funcionar como um espaço social privado – uma base para redes de interação seletivas, centradas no indivíduo e controladas (HODKINSON & LINCOLN, 2008, p. 41-42)²².

O artigo *O quarto dos adolescentes na era digital*, de Carles Feixa (2006), traduzido do espanhol, é um dos poucos textos publicados em português sobre o assunto. Nele, o autor aponta que os quartos adolescentes são um lugar para se analisar não somente a juventude, mas a “transformação da família contemporânea” (FEIXA, 2006, p. 79). Dedicando atenção especial a questões de parentalidade, Feixa afirma que “as formas pelas quais cada sociedade conceitua as fronteiras e os passos entre as distintas idades, assim como as relações entre as gerações, são um indício para refletirmos sobre as transformações de seus estilos de vida e de seus valores” (FEIXA, 2006, p. 82).

O autor faz, então, um breve histórico dos quartos de adolescentes, a partir da década de 1960. A reivindicação de um quarto próprio se deu ao mesmo tempo

²² Do original: “And here the privacy afforded by the walls of the bedroom combines with the level of control enabled by the technologies themselves (such as the ability to block emails or reject calls) to enable significant individual leverage by young people over who has communicative access to them and the nature and content of any such interactions. Therefore, such technologies expand the capacity of the bedroom to act as a private form of social space — a base point for selective, individual-centred and controlled networks of personal interaction”. Tradução livre.

em que a própria juventude - enquanto grupo social histórica e socialmente constituído - se consolidava. A conquista desse espaço de relativa autonomia em relação aos pais se deu tanto nos espaços públicos quanto dentro de casa. Inicialmente, os jovens se apropriaram “emocionalmente” de seus quartos, decorando-os com pôsteres de seus astros e bandas preferidos, com fotos dos amigos e com as novas revistas juvenis, porém ainda sob constante controle dos pais. A partir do final desta década, os jovens começam a se apropriar de seus quartos de fato, transformando-os de acordo com seus gostos e vontades. Nesta época também novos eletrônicos, como videocassetes e toca-discos chegaram ao mercado e adentraram esses ambientes, proporcionando formas de lazer e entretenimento dentro desses espaços, sob comando do próprio jovem: “O volume musical aumenta, e os pais já não têm tanto poder para reduzi-lo, nem podem impor que músicas tocar” (FEIXA, 2006, p. 98-99). A decoração também começa a se modificar, de acordo com o gosto dos adolescentes, se diferenciando dos outros cômodos da casa.

A partir dos anos 1970, segundo o autor, os jovens queriam ir além e começaram a almejar espaços maiores, para além de seus quartos. Tinha-se, muitas vezes, o ideal de sair de casa e morar em comunidades ou apartamentos divididos com outros estudantes e havia o objetivo de conquista do espaço público. Se para esse grupo, o quarto teria perdido um pouco de sua importância inicial, a partir da década de 1980, segundo o autor, “o refúgio no quarto é ampliado à fase da pré-adolescência e da última infância, que passa a desenvolver a obsessão por um espaço autônomo” ((FEIXA, 2006, p. 99). Com o espaço das cidades menos acessível a eles, redescobrem as culturas de quarto e ampliam o consumo de lazer com jogos, revistas, games, equipamentos de som etc. Tem-se, então, que:

Nos últimos anos, o quarto dos adolescentes regressou ao primeiro plano da cultura juvenil, experimentando uma grande metamorfose. Como resultado da emergência da cultura digital que analisamos, a comunicação interpessoal se tornou possível a partir do próprio espaço privado (FEIXA, 2006, p. 100).

O autor chama, ainda, a atenção para um outro fator: esse espaço vem sendo vivenciado dentro das casas, com os pais e filhos compartilhando o espaço doméstico por mais tempo, levando-se em conta o aumento do tempo de permanência dos filhos em casa e o adiamento da emancipação familiar. A seguir,

discutiremos sobre algumas práticas do consumo e dinâmicas comunicacionais que se dão dentro dos quartos juvenis.

2.3. Consumo, culturas juvenis e mídias nos quartos dos adolescentes

Consideramos aqui o quarto dos adolescentes como espaço onde se dão práticas culturais específicas que muitas vezes estão relacionadas às culturas juvenis que, por sua vez, estão imbricadas em dinâmicas do consumo. Tomamos então o consumo pela perspectiva da antropologia do consumo que o considera muito além do comércio, troca, compra e venda de mercadorias e serviços, mas como fenômeno social e cultural que entende os bens como sendo dotados de significação e, como tal, fundamental para compreensão da sociedade contemporânea, por ele estruturada (ROCHA, 1985; CAMPBELL, 2001; MCCracken, 2003; BAUDRILLARD, 2008; SAHLINS, 2012; e DOUGLAS & ISHERWOOD, 2013).

Como afirmam Douglas & Isherwood, “O homem precisa de bens para comunicar-se com os outros e para entender o que se passa à sua volta” (DOUGLAS & ISHERWOOD, 2013, p. 145). Portanto, os homens investem os bens de significados e vão operá-los como um sistema coerente de informações, utilizando-os como ícones de marcação, que serão fundamentais em seus relacionamentos sociais. McCracken também aponta a função existencial dos bens e assegura que os consumidores “usam o significado dos bens de consumo para expressar categorias e princípios culturais, cultivar ideias, criar e sustentar estilos de vida, construir noções de si e criar (e sobreviver) a mudanças sociais” (McCracken, 2003, p. 11). No que tange especificamente à adolescência, para o autor, os bens foram fundamentais na própria consolidação da juventude enquanto categoria autônoma: “Os bens de consumo ajudaram a anunciar e a modelar esta nova categoria cultural de idade e a conferir-lhe um lugar coerente em um conjunto maior de categorias” (McCracken, 2003, p. 169). A consolidação da ideia da juventude como uma categoria independente e com características próprias se deu concomitantemente com seu reconhecimento como público consumidor específico, estabelecendo-se a categoria do consumo juvenil. Savage (2009) afirma que:

Em 1944, os americanos começaram a usar a palavra *teenager* para descrever a categoria de jovens com idade entre 14 e 18 anos. Desde o início, foi um termo de marketing usado por publicitários e fabricantes que refletia o poder de consumo recentemente visível dos adolescentes. O fato de que, pela primeira vez, os jovens se tornaram um público-alvo também significava que eles tinham se transformado num grupo etário específico com rituais, direitos e exigências próprios (SAVAGE, 2009, p. 11).

Nesse cenário de consolidação da nova categoria juventude e do consumo juvenil foi que se fortaleceram também as culturas juvenis, por sua vez, imbricadas na cultura de massa. Para Morin (2009), o valor da juventude é central na cultura de massa e sua ascensão, a partir de 1950, se deu em oposição à desvalorização da velhice. No volume 2 – *Necrose*, de seu *Cultura de massas no século XX*, o autor analisa o surgimento de uma cultura adolescente própria, que emerge na cultura de massa, a partir da década de 1950, e que ele denomina como “adolescente-juvenil”. É justamente na cultura de massa, segundo Morin, que o jovem vai buscar modelos e referências, considerando que, na adolescência, as personalidades ainda não estão completamente formadas e as identidades estão em formação:

Encontra (a adolescência), contudo, na cultura de massa, um estilo estético-lúdico que se adapta a seu niilismo, uma afirmação de valores privados que corresponde a seu individualismo, e a aventura imaginária, que mantém, sem saciá-la, sua necessidade de aventura. É isso que pode explicar o fato de a adolescência ter podido cavar uma abertura na cultura de massa: James Dean foi o primeiro e o supremo herói da adolescência, encarnando fúria de viver e rebelião sem causa, frenesi e lassidão, aspiração à plenitude e fascinação pelo risco. Sua vida autenticando sua morte, sua morte autenticando sua vida... Depois o rock and roll foi a causa de uma nova erupção adolescente em escala mundial (MORIN, 2011, p. 151).

A cultura de massa se apoia na ética do lazer, como aponta Morin (2011), que prega a necessidade de se aproveitar este tempo livre, de se ocupá-lo com atividades prazerosas, de consumi-lo, e a cultura entra aí com grande força, por meio dos espetáculos, competições e atrações na televisão, entre outros. Para Groppo (2000) também o crescimento dos espaços modernos de lazer, da cultura do consumo e da indústria cultural no século XX possibilitou certo ganho considerável de autonomia para os jovens e, ao mesmo tempo, esta mesma juventude teve papel importante na consolidação do lazer inserido na cultura de massa: “O lazer tornou-se a esfera de atividades por excelência, em que se exerce o consumo moderno” (GROPPO, 2000, p. 55). José Machado Pais (1993) concorda com a importância do tempo livre para a sociabilidade dos jovens. Nesse tempo, os

jovens estariam menos sujeitos aos controles/vigilância externos, desfrutando de uma maior zona de autonomia que, por sua vez, vai permitir o surgimento e fortalecimento dessas culturas juvenis: “As culturas juvenis são, na sua essência, culturas de lazer” (PAIS, 1993, p.188).

Apesar de relevantes estudos realizados anteriormente abordando a juventude como fenômeno social, foi o *Center of Contemporary Cultural Studies* (CCCS), da Universidade de Birmingham, que primeiro se dedicou a investigar a “Cultura Juvenil” enquanto categoria independente – com iniciais maiúsculas, como discutido por Clarke, Hall, Jefferson & Roberts (1975). Lincoln (2012) defende a importância dos estudos sobre o tema:

A cultura juvenil é muitas vezes compreendida como um caminho alternativo e significativo para jovens que, ao atravessarem os turbulentos anos da adolescência, conseguem achar meios culturais que os ajudem a expressar suas emoções e lhes proporcionem um sentimento de significado e propósito, quando não conseguem necessariamente encontrá-los em outras estruturas sociais, como a escola, a casa ou a família (LINCOLN, 2012, p.5).²³

A autora, porém, critica fortemente a abordagem feita da questão pelos estudos do CCCS que, segundo ela, dariam uma importância exacerbada às expressões das culturas juvenis nos espaços públicos, desconsiderando a dimensão dos espaços privados. A defesa da importância de se estudar as culturas juvenis nos espaços privados – dentre os quais destaca-se o quarto – está na base da discussão da autora: “(...) espaços pessoais e privados como um quarto estão se tornando cada vez mais importantes. Isto porque representam o local onde a identidade do jovem pode ser expressada e compreendida, enquanto ele explora diferentes culturas juvenis e transita para a fase adulta” (LINCOLN, 2012, p. 9)²⁴. Para a autora, portanto, é preciso estar atento ao que essa dimensão do ‘espaço’ representa na articulação dos quartos e das culturas juvenis e do impacto que isso tem na formação de identidades juvenis:

²³ Do original: “Youth culture is often understood as an alternative, meaningful route for young people who, when going through their turbulent teenage years, are able to find cultural outlets that help them express how they feel, and give them a sense of meaning and purpose when they cannot necessarily find this in other social structures such as school, the home or family”. Tradução livre.

²⁴ Do original: “...personal and private spaces such as bedrooms are becoming ever more important. This is because they represent spaces where youth identities can be articulated, displayed and captured as young people move through youth cultures and transit towards adulthood”. Tradução livre.

(...) as culturas juvenis também representam uma busca dos jovens por ‘espaços de identidade’ significativos, e o quarto pode desempenhar esta função particularmente bem. Estudando-se os quartos, é possível ver na prática como os adolescentes transformam seu próprio espaço pessoal e privado em um local de cultura jovem e como tal espaço representa as transformações altamente individuais e pessoais, assim como aquelas compartilhadas com outras pessoas. De muitas formas, o quarto do adolescente é um ‘prisma’ por meio do qual se pode explorar a cultura juvenil e o uso que os jovens fazem dela, bem como examinar as inúmeras maneiras como este espaço, e as próprias atividades culturais dos jovens, mudam e se moldam de acordo (LINCOLN, 2012, p. 6)²⁵.

Essa fundamental relação já havia sido apontada por McRobbie e Garber (1975) ao sugerirem que, por menos autorizadas que eram a usarem os espaços públicos, as garotas acabaram por desenvolver formas próprias de expressão que se davam principalmente em seus próprios quartos ou nos das amigas. Nesse contexto, se desenvolveram produtos como fotos de modelos *pin-up*, revistas femininas juvenis e discos das estrelas da música pop, consumidos pelas garotas individual e coletivamente no ambiente doméstico. Feixa (2006) também destaca essa relação entre quartos e culturas juvenis ao afirmar que os quartos dos jovens podem ser vistos “como reduto e laboratório de uma microcultura juvenil emergente, que, além do espaço público, encontra seu emblema nos contatos reais e virtuais que se realizam a partir do próprio quarto” (FEIXA, 2006, p. 79). A categoria juventude e o quarto individual do jovem se consolidaram simultaneamente, um reforçando o outro, como afirma Feixa: “Nos anos 60, com os movimentos de liberação juvenil que confluíram em uma contracultura, a reivindicação por um quarto próprio passou a ser o símbolo de um sujeito social emergente: a juventude” (FEIXA, 2006, p. 97).

O quarto era visto como relativamente seguro, lugar em que os adolescentes podiam expressar suas preferências de consumo sem se afastar do conforto e segurança do lar e, claro, do olhar vigilante dos pais. Tal fenômeno se manifestou inclusive na decoração desses espaços. Se inicialmente, a decoração era supervisionada pelos adultos, somente nos anos que antecederam a segunda guerra é que os jovens conquistaram mais liberdade quanto a isso e diferenciaram a

²⁵ Do original: “...youth cultures are also about the search by young people for meaningful ‘identity spaces’, and the bedroom can take this function particularly well. Through a study of bedrooms it is possible to see ‘in action’ the ways in which young people articulate their own personal and private spaces as sites of youth culture; how such spaces represent these articulations both as highly individual and personal experiences and as experiences that are shared with other people. In many ways, the teenage bedroom is a ‘prism’ through which one can explore youth culture and young people’s use of it as well as examine the numerous ways in which this space, and youth cultural pursuits themselves, shift and change accordingly”. Tradução livre.

decoração de seus quartos da estética predominante no restante da casa. Os especialistas em decoração foram alguns dos primeiros a perceber a força dos jovens consumidores. De acordo com Reid (2017), por meio principalmente de uma ampla variedade de matérias e colunas assinados em jornais e revistas populares, esses profissionais assumiram o papel de orientar e mediar as escolhas dos jovens quanto aos itens que deveriam colocar dentro de seus quartos, exercendo o consumo de maneira segura, sem assustar seus pais. Aos poucos, o quarto foi se transformando em uma grande coleção de roupas, móveis, brinquedos, jogos e livros. Seguindo também a lógica do consumo, a partir de uma “proposta pedagógica” dos meios de comunicação para ensinar aos jovens como decorar seus quartos, por trás disso estava também a intenção de ensinar os futuros adultos em seus hábitos de consumo com relação à decoração, inclusive no que tange à lealdade às marcas.

Junto a essa “curadoria” especializada, via meios de comunicação, os jovens começaram a levar para seus espaços privados itens da cultura popular, produtos de massa e de baixo preço e muito acessíveis: pôsteres publicados em revistas, recortes de jornais, propagandas, material promocional, canecas de cerveja, embalagens de produtos considerados divertidos na época. Ao perceberem que os jovens usavam fotos publicadas em revistas como decoração, alguns veículos começaram a publicar pôsteres com esse objetivo específico. Reid (2017) apresenta dado de que quase um milhão de cópias foram vendidas, a dois dólares, entre 1976 e 1980, de pôster da Farrah Fawcett²⁶ em trajes de banho. Apresenta também o dado de que por volta de 1980, o *New York Times* estimava que a indústria de pôsteres vendia entre 100 milhões e 200 milhões de dólares em mercadorias por ano, a maior parte dos quais acabaram nos quartos da juventude americana. Segundo Reid, ainda, nos anos 1970, revistas como *Seventeen* e *Rolling Stones* ofereciam por um preço muito baixo a possibilidade de jovens transformarem fotos deles próprios em pôsteres para colocarem nas paredes. Para o autor, esse fato indica o quanto a decoração dos quartos e as identidades adolescentes estavam ligados durante a segunda metade do século XX. Vale destacar que esses itens de decoração mais populares eram também mais fáceis de serem trocados, se adaptando às fases em que o jovem estava. Mudavam seus gostos, sua decoração mudava com a mesma facilidade (Figura 1).

²⁶ Foi uma modelo e atriz norte-americana, considerada um dos maiores símbolos sexuais femininos da década de 1970.

Além disso, com a possibilidade de decorar os quartos com investimentos menores, e com a adesão à cultura do *Do It Yourself - DIY*, jovens de classes mais baixas também puderam aderir ao movimento.

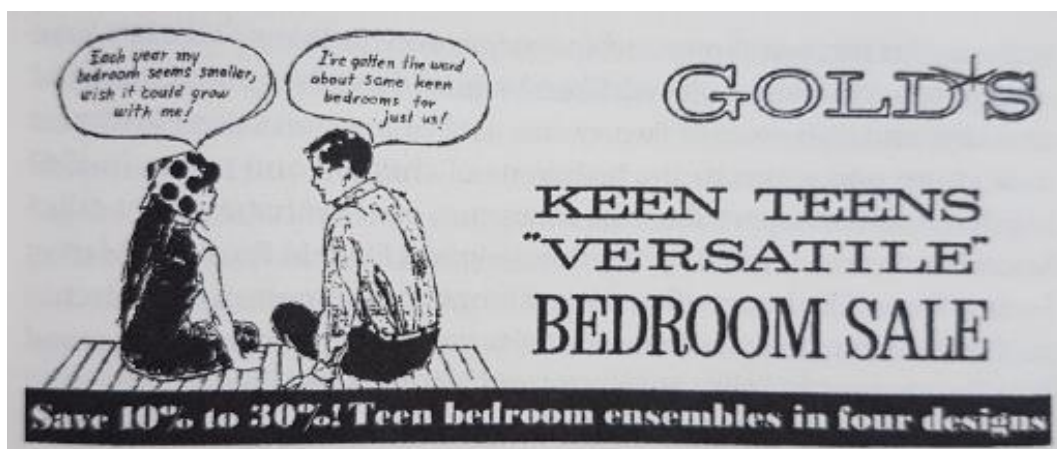


Figura 1 – Anúncio de loja de móveis, publicado no *Sunday Journal and Star*, de Junho de 1966. Fonte: REID, 2017, p. 117.

O quarto do jovem se consolidou também como cenário de tramas em filmes, músicas, na literatura, em programas de TV e na publicidade, mostrado tanto como local de autoexpressão e de lazer, como lugar de profunda solidão, indicando que, ao mesmo tempo em que a mídia ajudava a consolidar o ideal do quarto particular juvenil, ele próprio garantia o terreno fértil para consumo de produtos midiáticos voltados aos adolescentes. Essas foram algumas das primeiras representações midiáticas dos quartos juvenis. O depoimento de Amelie G, ao projeto *The Do Not Enter Diaries* ilustra essa relação (Figura 2):

Eu me interessei por decorar meu quarto e tal quando eu vi *Juno*, e o que eu gostei é que o quarto se encaixa super bem na identidade e personalidade dela. Eu gostei dela e tentei recriar isso no meu quarto, não *pra* ficar igual, mas *pra* fazer do quarto a extensão de quem eu sou (Amelie G., em depoimento ao projeto *The Do Not Enter Diaries*)^{27 28}.

²⁷ Do original: “When I got interest in like decorating my room and everything is when I saw “Juno” and you know, what I liked about is it is that her room fits so well with her identity and her personality and I like who she was and I’ve tried to recreate that with my room, might not to make it the same as hers but to make it like an extension of who I am”. Tradução livre. Disponível em <https://vimeo.com/68582089>. Acesso em: 31 mar. 2021.

²⁸ O projeto *The Do Not Enter Diaries* consiste em uma série de vídeos publicados no site <https://vimeo.com/donotenterdiaries>, entre julho de 2012 e setembro de 2013. Organizado por Emma Orlow, na época com 17 anos, e Emily Cohn, com 18, o projeto de arte colocou no ar 54 vídeo-documentários curtos, todos gravados nos quartos de jovens.



Figura 2 – Cena do filme *Juno*, de 2008, que mostra a protagonista em seu quarto.

Fonte: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2016/02/1736944-com-retratos-interessantes-filme-juno-nao-despreza-publico.shtm>. Acesso em: 31 de mar. 2021.

Começou a se desenvolver um nicho específico da cultura de massa voltado para os jovens, inicialmente por meio de fotos, revistas e discos, e um pouco mais tarde os eletrônicos como a TV, e os produtos veiculados nesse suporte. Como afirma Reid:

(...) o quarto dos adolescentes tornou-se um depósito para uma série de itens produzidos em larga escala e comprados em lojas, incluindo brinquedos, roupas, materiais de leitura e jogos. A crescente aceitação cultural do consumismo voltado para o público jovem repercutiu principalmente na forma como os adolescentes decoram seus quartos (REID, 2017, página 4)²⁹.

A proliferação dos eletrônicos teve um profundo efeito similar nos quartos dos adolescentes no pós-guerra. Equipamentos de som, telefones, televisões, computadores pessoais e videogames inundaram seus quartos nessa época, afetando a maneira como pais e filhos se socializavam uns com os outros. Inicialmente comercializados como meios de fornecer entretenimento para toda a família, muitos desses itens deslocaram-se para os quartos dos pais e dos adolescentes, incentivando formas solitárias de lazer. Os jovens, agora, podiam usar seus quartos para assistir TV, escutar música ou falar com alguém ao telefone relativamente fora de intrusões. É o lazer dentro do próprio quarto em contraposição ao lazer que levava os jovens às ruas (Figura 3).

²⁹ Do original: “...teen bedroom became a storage space for a host of mass-produced, store-bought items, including toys, clothing, reading material, and games. The culture’s growing acceptance of youth-oriented consumerism had an especially pronounced effect on how teenagers decorated their bedrooms”. Tradução livre.



Figura 3 – Anúncio mostra jovem ouvindo música em seu quarto.

Fonte: Anúncio da *Balanced Pacific Sheets*, década de 1940.

O conteúdo desenvolvido na época para esses novos aportes eletrônicos domésticos ajudou, por sua vez, a reforçar a cultura dos quartos juvenis, na medida em que se consagraram como cenário de narrativas ficcionais da época: ora os quartos eram mostrados como fonte potencial de conflitos entre pais e filhos, ora como um espaço ideal para o desenvolvimento pessoal, a autoexpressão e o lazer, ainda também como local de profunda solidão. Independente da conotação mais positiva ou negativa que essas representações assumiam, todas reforçavam o ideal do quarto juvenil. Essas foram algumas das primeiras representações midiáticas sobre quartos juvenis a circularem nos meios de comunicação (Figura 4).



Figura 4 – Cena do filme Grease – Nos tempos da brilhantina, de 1978.

Fonte: Grease - Look at Me, I'm Sandra Dee [1080p] [Lyrics]. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=UVrBI368VGY>. Acesso em: 28 mar. 2021.

Como vimos, as culturas juvenis e a indústria do consumo entraram nos quartos, com opções de lazer e entretenimento específicos para o jovem quando estivesse sozinho ou acompanhado de amigos nesse espaço. O medo dos perigos das ruas e a tentativa de uma proteção dos jovens inseriu as culturas de lazer também em seus quartos. Feixa (2006) resalta ainda que as culturas de quarto consistem também no consumo do ócio (jogos, revistas, músicas), ou seja, o quarto como lugar de lazer que passa a priorizar muitas vezes o espaço privado e não o público. Dentro de casa, a vigilância pelos pais é facilitada. O autor destaca a extensão cada vez maior dessa cultura a jovens cada vez mais jovens, tantas vezes pré-adolescentes, não autorizados a frequentar locais públicos sozinhos. A outra ponta dessa extensão seria a saída cada vez mais tardia da casa dos pais, tornando o quarto como principal referência de espaço da vida do jovem por muitos anos:

Amortiza-se o conflito geracional, mas aparecem novas brechas (cada vez mais sutis) separando pais e filhos. Uns e outros dividem cada vez mais e durante cada vez mais tempo o mesmo espaço (se levarmos em conta o atraso em relação à emancipação familiar, estarão condenados a viver mais tempo com seus pais do que com suas famílias). Já não estão obcecados pela ideia de mudar para um espaço dividido (entre outros fatores, porque as condições econômicas não permitem) e buscam espaços próprios de compensação: a cultura noturna, as viagens e o próprio quarto (FEIXA, 2006, p. 100-101).

Para Feixa, nos anos 1960, o quarto próprio simbolizava a conquista de espaços de autonomia frente aos pais. Inicialmente, os jovens se apropriavam emocionalmente de seus quartos, com um ainda grande controle dos pais, que fiscalizavam por exemplo o que ali se guardava e o que ali se fazia. Depois passaram a de fato controlá-lo com mais autonomia: “O símbolo desse período é o diário pessoal, no qual os jovens descrevem seus sonhos, vetado aos pais” (FEIXA, 2006, p. 98). A apropriação definitiva dos quartos teria se dado em uma etapa posterior, já no final dos anos 1960, representando por sua vez uma consolidação de autonomia frente ao poder parental. Para o autor, essas mudanças podem ser observadas também no vestuário, na biblioteca pessoal, nas revistas contraculturais e na imprensa clandestina antifranquista, no contexto espanhol de suas pesquisas.

Nos últimos anos, ainda de acordo com Feixa, a emergência da cultura digital provocou uma grande mudança nos quartos juvenis: “a comunicação interpessoal se tornou possível a partir do próprio espaço privado” (FEIXA, 2006, p. 100). Para além dessas questões, esse espaço emerge também com seu enorme potencial de sociabilidade. Por volta de 1950 e 1960, como já apontavam McRobbie e Garner (1975), as meninas reuniam suas amigas no quarto para passarem um tempo juntas, lendo revistas, ouvindo música e se vestirem e se maquiarem juntas para algum evento social. O advento de tecnologias como computadores pessoais, telefones celulares e internet reconfiguraram esse espaço de maneira altamente impactante. Por meio de acesso possível por esses *gadgets*, o jovem, apesar de fisicamente sozinho em seu quarto, pode se conectar *on-line* aos amigos e muitas outras pessoas, como afirma a jovem Anna C.: “O que eu mais gosto de fazer no meu quarto é curtir e ficar sozinha, porque eu gosto muito de ficar sozinha, e eu uso bastante meu computador *pra* falar com meus amigos” (Anna C., em depoimento ao projeto *The Do Not Enter Diaries*)³⁰. É o paradoxo entre privacidade e sociabilidade que se dá no interior desses cômodos, mas que se acomodam de maneira engenhosa. Como afirmam Hodinkson & Lincoln (2008): “(...) é igualmente importante reconhecer que o espaço físico privado do quarto dos jovens muitas vezes atua como um fórum crucial para a interação social” (p. 40)³¹.

³⁰ Do original: “*What I mostly use my room for is hanging out and being alone because I like to be alone a lot and I use my computer a lot to talk to my friends*”. Tradução livre. Disponível em: <https://vimeo.com/71223841>. Acesso em: 31 mar. 2021.

³¹ Do original: “*...it is equally important to recognize that the private physical space of young people's bedrooms often acts as a crucial forum for social interaction*”. Tradução livre.

O consumo dentro dos quartos juvenis, portanto, nem sempre se dava de maneira individual. Desde o início, era comum as meninas se reunirem para ouvir música ou ler revistas juntas. Reduto da privacidade, tantas vezes o quarto se configura como espaço de sociabilidades. Para os jovens, mais do que indivíduos em qualquer outra fase da vida, o convívio entre pares e formação de grupos fazem-se de fundamental importância. Turner (2013 [1974]) propõe o conceito de “*communitas*”, que consiste em uma relação entre indivíduos, não baseada em funções e posições sociais, mas entre pessoas que estejam, ao mesmo tempo, ocupando um estado de “liminaridade” e, portanto, menos sujeitos aos controles sociais tradicionais. A “*communitas*” seria baseada em relações mais homogêneas e não estruturadas. Ao deixar o estado de liminaridade e assumir a posição social de um adulto, o indivíduo se afastaria da “*communitas*” e estaria de volta sob o controle dos agentes estruturais tradicionais.

Rocha e Pereira (2009) concordam que a noção de grupo assume um caráter fundamental para os adolescentes, em que eles vão compartilhar experiências e se apoiar na compreensão de mundo. É o que os autores chamam de gregarismo e que vem a ser uma das seis chaves-mestras definidoras da adolescência, ou seja, marcas distintivas desta fase da vida. A primeira delas é a fragmentação, com fronteiras mais fluídas entre ideologias, grupos e pessoas e a possibilidade de se pertencer a vários grupos ao mesmo tempo. O segundo grande tema é a ambivalência, que se dá na própria condição de flutuar entre os mundos infantil e adulto ao mesmo tempo. A afetividade é a terceira chave e consiste na valorização da confiança, assim como no “horror da traição” (ROCHA & PEREIRA, 2009, p. 54). A quarta chave-mestra é a autenticidade, com o desafio de ao mesmo tempo em que os adolescentes compartilham experiências muito semelhantes, assumirem, perante elas uma autenticidade própria, que seria sua “essência”. A quinta chave é o gregarismo, já mencionada. A sexta e última chave é o questionamento, que se reflete na necessidade de se saber algo e construir a própria experiência de vida.

José Machado Pais (1993) afirma que a reunião de indivíduos em um mesmo grupo, assim como a contraposição desse grupo perante outros, traz à tona questões identitárias. Amigos que se reúnem normalmente apresentam certa identificação entre si: “os amigos de grupo constituem o espelho da sua própria identidade, um meio através do qual fixam similitudes e diferenças em relação a outros” (PAIS, 1993, p. 94). Os grupos vão também assegurar certa proteção a seus integrantes,

propiciando o espaço para que possam exercer suas individualidades e também “desenvolver formas genuínas de participação social” (PAIS, 1993, p. 94). Pais (1993) destaca que, ao mesmo tempo em que os grupos reforçam as subjetividades individuais de seus integrantes, se marcam por oposição aos que estão fora, ou seja, aqueles com os quais os jovens não se identificam. O autor afirma que aos grupos estão associados a determinados comportamentos e imagens. Os grupos não são totalmente homogêneos, mas tendem a uma estabilidade:

A individualidade de cada um dos elementos é assegurada; no entanto, a participação no grupo envolve uma negociação e aceitação tácita relativamente aos hábitos do grupo, pressuposto necessário à manutenção da coesão do grupo. As relações de compromisso com o grupo tendem a subsumir divergências individuais (PAIS, 1993, p. 99).

Nessa discussão sobre consumo e culturas juvenis nos quartos dos adolescentes, há que se destacar um aspecto de fundamental importância. Como aponta Mary Celeste Kearney (2007), sem negar a importância desse consumo, é preciso que se reconheça que os jovens muito mais que consumidores, assumem papel de produtores nessas diversas expressões das culturas juvenis. A autora, Professora Assistente de Rádio –Televisão – filme da Universidade do Texas, em Austin, afirma que as câmeras de vídeo, originalmente comercializada nos Estados Unidos no início dos anos 1980, por exemplo, provocaram uma mudança significativa na cultura de quarto jovem feminina. Um número grande de meninas da classe média norte-americana, estudada por ela, possui equipamentos de vídeo em seus quartos e os usam, entre outras coisas, para registrar seu dia a dia, seus sentimentos e aspectos de suas identidades, como antes era feito de forma escrita, nos diários íntimos. O segundo grande transformador, segundo a autora, teria sido a internet, tornando imensamente mais acessível a possibilidade de disseminar vídeos e textos, a custo praticamente zero. Os quartos, então, mais do que centros de produção de cultura, assumem caráter de um centro de distribuição de conteúdo. Para a autora, essa produção de mídia doméstica está transformando a cultura de quarto das meninas na atualidade e provocando mudanças profundas nas fronteiras entre público e privado dentro desses espaços:

Enquanto isso, contudo, é notório que o crescente acesso de garotas estadunidenses a tecnologias de mídia produtivas, seu engajamento na produção de conteúdo midiático e distribuição de textos autorais estão ajudando a transformar os estereótipos ocidentais da infância e cultura das garotas. Embora essas práticas

estejam reconfigurando as atividades e os espaços de recreação das meninas, complicando a relação entre o público e o privado, e subvertendo o gênero tradicional e as dinâmicas geracionais da produção cultural, talvez o mais importante é que tais práticas estão transformando as políticas de representação. Na verdade, ao criarem o espaço para mais representação da juventude feminina – e uma representação cada vez mais diversificada –, as jovens produtoras estão ajudando a democratizar a cultura da mídia (KEARNEY, 2007, p. 138-139)³².

Essa dinâmica observada por Kearney pode ser claramente identificada também no imenso número de vídeos disponibilizadas por jovens, de ambos os gêneros, em plataformas como o *Youtube*. Dentre eles, nos deteremos aqui especificamente nos vídeos de *tour* pelo quarto, cada vez mais comuns, conforme detalharemos no próximo capítulo, ao especificarmos os processos metodológicos adotados nessa pesquisa.

Síntese do capítulo

Neste capítulo, abordamos a adolescência como categoria histórica e social e apontamos que o enfraquecimento dos ritos de passagem tradicionais da infância para a vida adulta tem feito com que o período da adolescência seja ainda mais difícil para os indivíduos, que vivem em um estado de liminaridade que se estende por tempo indeterminado. Sendo assim, outros ritos e processos são ressignificados pela juventude de forma a registrar essa transição. O quarto do jovem e os bens que colocam dentro dele muitas vezes vão assumir esse papel, funcionando como marcadores sociais. Para além disso, apontamos que os quartos juvenis são espaços privilegiados onde se dão processos identitários e, mais ainda, onde se pode observar dinâmicas específicas de consumo e de manifestações das culturas juvenis que, por sua vez, nesses espaços, adquirem características próprias.

³² Do original: “*In the meantime, however, it seems clear that American girls’ increased access to productive media technologies, engagement in media-making, and distribution of selfmade media texts are helping to transform Western stereotypes of girlhood and girls’ culture. While these practices are reconfiguring the activities and spaces of girls’ recreation, complicating the public/private binary, and subverting the traditional gender and generational dynamics of cultural production, perhaps most importantly they are transforming the politics of representation. Indeed, by creating more, and more diverse, representations of female youth, girl media producers are helping to further democratize media culture*”. Tradução livre.

3. O quarto adolescente como objeto de pesquisa no campo da Comunicação

Tendo em vista os objetivos da pesquisa – dentre os quais a observação dos jovens e adolescentes com seus quartos e com as “coisas” que nele guardam, identificou-se como sendo necessária a realização de uma pesquisa de orientação qualitativa. Nessa perspectiva, mais especificamente, optou-se pela pesquisa documental e pela análise interpretativa do conteúdo, apoiada na Teoria das Representações Sociais. O *corpus* da pesquisa foi delimitado levando-se em consideração o potencial de dados e informações relevantes para análise. Desta forma, fez-se a opção pela observação do fenômeno em ambiente *on-line*, considerando duas orientações distintas: um veículo de comunicação, portanto, com representações mediadas pela mídia, e vídeos postados diretamente por jovens no *Youtube*. Propôs-se, então, uma discussão sobre a dinâmica desses vídeos e, além disso, uma breve análise da plataforma *Youtube* e sobre como os jovens dela se apropriaram, tornando-se seu principal público gerador e consumidor de conteúdo. As escolhas metodológicas possibilitaram o acesso a um rico e vasto material de análise, especificado nesse capítulo, no qual também se apresenta alguns dos “achados” da pesquisa, enquanto outros são apontados e analisados nos demais capítulos da tese.

3.1. Das escolhas metodológicas

3.1.1. Pesquisa documental e análise interpretativa do conteúdo

O método adotado para o desenvolvimento dessa pesquisa foi a pesquisa documental e análise interpretativa do conteúdo, com base na Teoria das Representações Sociais. A metodologia da pesquisa documental, de acordo com Moreira (2009), “compreende a identificação, a verificação e a apreciação de documentos para determinado fim” (MOREIRA, 2009, p. 271). O autor destaca que:

A análise documental, muito mais que localizar, identificar, organizar e avaliar textos, som e imagem, funciona como expediente eficaz para contextualizar fatos, situações, momentos. Consegue dessa maneira, introduzir novas perspectivas em outros ambientes, sem deixar de respeitar a substância original dos documentos (MOREIRA, 2009, p. 276).

A partir da pesquisa documental, foi feita a análise de conteúdo. Para Fonseca Júnior (2009), esse recurso metodológico teve papel fundamental na formação do campo comunicacional e “se refere a um método das ciências humanas e sociais destinado à investigação de fenômenos simbólicos por meio de várias técnicas de pesquisa” (FONSECA JÚNIOR, 2009, p. 280). Na visão de Krippendorff citado por Fonseca Júnior (2009), a análise de conteúdo possui, atualmente, três características fundamentais:

(a) orientação fundamentalmente empírica; (b) transcendência das noções normais de conteúdo (mensagem, canal, comunicação e sistema); (c) metodologia própria, que permite ao pesquisador programar, comunicar e avaliar criticamente um projeto de pesquisa com independência de resultados (KRIPPENDORFF *apud* FONSECA JÚNIOR, 2009, p. 286).

Nesta pesquisa, adaptamos o método da análise de conteúdo, de forma a se trabalhar com uma perspectiva mais qualitativa. Desta maneira, a ideia foi desenvolver a análise interpretativa do conteúdo, com base na teoria das representações sociais. É de Durkheim o primeiro importante estudo sobre representações individuais e representações coletivas como fenômeno social (1970 [1898]). Ele propõe que sobre os indivíduos paira uma força coercitiva determinante, de modo que a sociedade não pode ser vista pelas suas partes (indivíduos) ou mesmo pela soma dessas partes, mas sim pela síntese desta coletividade e suas características específicas. Para ele, as representações - ainda que se originem das relações entre indivíduos ou mesmo entre esses e grupos - são necessariamente exteriores ao individual e possuem a capacidade de conservar e integrar a sociedade, se constituindo em representações coletivas. Além disso, as representações são comparáveis e configuram um fenômeno com características próprias. Elas podem, inclusive, ser conservadas, e para ele de fato o são, podendo ser reacessadas e re combinadas por meio de associações, dando assim origem a novas e outras representações:

Eis por que a matéria primeira de toda consciência social está em relação estreita com o número dos elementos sociais, com a maneira pela qual se agrupam e se distribuem, etc., isto é, com a natureza do substrato. Mas, uma vez que uma primeira base de representações assim se constitua, elas se tornam, pelas razões que apresentamos, realidades parcialmente autônomas, que vivem uma vida própria. Têm o poder de se atrair, de se repelir, de formar entre si sínteses de toda espécie, que são determinadas por suas afinidades naturais e não pelo estado do meio em que evoluem. Em consequência, as representações novas, que são o produto dessas sínteses, são da mesma natureza: têm como causas próximas outras

representações coletivas, e não tal ou qual característica da estrutura social (DURKHEIM, 1970, p. 44).

Serge Moscovici (2011) retoma a teoria das representações proposta por Durkheim e a reinterpreta à luz da Psicologia Social do Conhecimento. Ele propõe duas diferenças principais com relação ao estudo anterior. Em primeiro lugar, em vez de abordar as representações como um “conceito”, de aspecto estático e fixo, tal qual apresentado por Durkheim, Moscovici propõe que elas são um “fenômeno”, concedendo-lhes assim um caráter dinâmico. A segunda diferença está na base deste dinamismo das representações, uma vez que estão relacionadas a modos específicos de compreender o mundo e de se comunicar e, por isso, são fenômenos que precisam ser descritos e explicados. Por conta disso, Moscovici propõe o uso do termo “sociais”, em vez de “coletivas”, para denominar as representações.

Moscovici (2011) afirma que as representações sociais possuem duas funções essenciais. Elas atuam de forma a convencionar e categorizar objetos, pessoas e acontecimentos, colocando-as em modelos que são conhecidos e compartilhados por todos. Em segundo lugar, as representações se impõem sobre nós, são prescritivas, desempenhando uma força que se estabelece sobre a sociedade e seus indivíduos de forma inequívoca, facilitando sua reprodução e influenciando a informação, compreensão e julgamento do momento presente. Vale destacar ainda a relação central que Moscovici estabelece entre as representações sociais e a comunicação. Ao permitir a existência de códigos compartilhados, as representações tornam a comunicação possível. Não há interação humana sem representações. Ao mesmo tempo, porém, as representações são fruto da comunicação, que as colocam em circulação no interior da sociedade.

Vera França (2004) também destaca a influência determinante dos contextos históricos e sociais nos processos de formação, circulação e ressignificação das representações sociais:

As representações estão intimamente ligadas a seus contextos históricos e sociais por um movimento de reflexividade – elas são produzidas no bojo de processos sociais, espelhando diferenças e movimentos da sociedade; por outro lado, enquanto sentidos construídos e cristalizados, elas dinamizam e condicionam determinadas práticas sociais. Na sua natureza de produção humana e social, têm uma dimensão interna e externa aos indivíduos, que percebem e são afetados pelas imagens (passam por processos de produção e afecção) – e, desses processos, as devolvem ao mundo na forma de representações (FRANÇA, 2004, p. 19).

Tendo em vista essas características aqui apresentadas, consideramos lançar mão da Teoria das Representações Sociais, adotando-a como perspectiva para guiar nosso olhar na análise do material analisado de modo a reconhecer e identificar os elementos que colaboram para a construção da representação dos quartos. O contexto histórico e social foi considerado e a interpretação está orientada por esse olhar sustentado na teoria.

3.1.2. O *corpus* da pesquisa

De fundamental importância para a análise interpretativa de conteúdo é a delimitação do *corpus* da pesquisa. Propusemos aqui a segmentação do *corpus* em duas partes, sendo 1) representações de quartos juvenis no site *Capricho* e 2) vídeos de *tour* pelo quarto feitos pelos adolescentes e disponibilizados na plataforma *Youtube*.

Com relação ao item 1, nosso *corpus* é a página na internet da *Capricho*³³, maior site para adolescentes da América Latina, com 4,4 milhões de visitantes únicos, 9 milhões de *page views* e 86% de acessos *mobile*. Entre os anos de 2017 e 2018, houve um aumento de 14% em sua audiência, formada em sua grande maioria por garotas com idade entre 13 e 17 anos. Em suas quatro principais redes sociais (nas plataformas *Facebook*, *Instagram*, *YouTube* e *Twitter*), a marca soma mais de 15 milhões de seguidores. Tem-se ainda o número de 11,1 milhões de produtos vendidos com a marca em 2018³⁴. A *Capricho* nasceu com a revista de mesmo nome, publicada no Brasil, pela editora Abril, de 1952 a 2015, durante 63 anos, e foi a primeira revista feminina do país. Em seus 30 anos iniciais foi uma revista de fotonovelas, tendo sua linha editorial alterada em 1982, começando a falar também de moda, beleza, comportamento e variedades, e tendo se direcionado para o público adolescente, na época considerado como sendo de 15 a 29 anos. Em 1999, a direção da revista sofreu modificações, ampliando o seu público-alvo, que passou a ser meninas que estavam vivenciando a adolescência, independentemente da idade. Em 2015, a publicação impressa foi descontinuada e então a marca passou a existir exclusivamente em seu site oficial e perfis e canais nas redes sociais³⁵.

³³ Endereço do site da *Capricho*: <https://capricho.abril.com.br/>

³⁴ Informações disponíveis em: http://publiabril.abril.com.br/midia_kits. Acesso em: 08 nov. 2019.

³⁵ Informações disponíveis em: <http://www.revistas.com.br/revistas-adolescentes.html> e <https://www20.opovo.com.br/app/divirta-se/2015/06/03/noticiasdivirtase,3448372/editora-abril-comunica-que-revista-capricho-nao-sera-mais-impressa.shtml>. Acesso em: 27 mar. 2020.

O tema do quarto é frequente e recorrente no site *Capricho*. Em pesquisa realizada a partir da palavra “quarto” no site, encontramos 161 matérias sobre o assunto, publicadas entre 7 de novembro de 2013 e 28 de setembro de 2019³⁶. Dessas, 95 publicações foram no blog *It Quarto* que, em sua grande maioria, consiste em mostrar, com muitas fotos, o quarto de uma adolescente, a decoração e principais objetos. As imagens são acompanhadas por uma pequena entrevista feita por alguma das repórteres do site com as donas dos quartos retratados. Elas contam, entre outras coisas, a fonte de inspiração para a decoração, se o estilo adotado tem a ver com suas próprias personalidades, qual o “cantinho” preferido no cômodo e o porquê, se tiveram ajuda para montar o quarto de tal maneira, se foi necessário um grande investimento financeiro e de tempo, entre muitas outras pautas. Entre as personagens escolhidas para mostrar seus quartos estão algumas adolescentes *blogueiras*, *youtubers* etc., ou seja, jovens com alguma atuação mais ativa nas redes sociais. Em paralelo, qualquer leitora da revista podia se candidatar a personagem da seção e algumas matérias eram com essas leitoras mais anônimas. Durante algum tempo, foi disponibilizado um *link* ao final das matérias com o seguinte texto: “Quer participar do It Quarto? Então clique AQUI e preencha o formulário!”³⁷. Normalmente, após diversas fotos do quarto, a última imagem de cada matéria mostrava também a adolescente dona do quarto fotografada no próprio ambiente (Figura 5)³⁸.

³⁶ Pesquisa realizada em 23 de janeiro de 2020.

³⁷ Tais formulários já não estão mais no ar e não é possível acessá-los.

³⁸ Nas imagens, optamos por não mostrar os rostos dos jovens que disponibilizaram seus vídeos no *Youtube* ou que foram personagens de matérias no site *Capricho*, mas mantivemos seus nomes, por considerarmos se tratar de material público, aberto e disponível *on-line* e a visibilidade ser justamente requisito para tais inserções midiáticas. Já nos casos em que utilizamos *prints* de comentários feitos nos vídeos, optamos por não mostrar sequer os nomes completos dos jovens.



Figura 5 – Adolescente posa em seu quarto, em matéria da seção *Vida Real* do site *Capricho*.

Fonte: <https://capricho.abril.com.br/vida-real/it-quarto-o-reflexo-de-toda-a-tranquilidade-da-luiza-ambrosini/>. Acesso em: 13 fev. 2020.

Vale destacar que as matérias do site *Capricho* são curtas, com um média de cinco ou seis perguntas apenas. O tom é bastante informal, mantendo-se muitas vezes o estilo casual de falar das entrevistadas que, inclusive, em muitas ocasiões são chamadas por seus apelidos: Tati, Manu e Dani, entre outros. Esses recursos não só contribuem para tornar a leitura leve e agradável, como criam um tom de “intimidade” entre o site e suas leitoras. É como se fosse a simulação de uma conversa entre amigas.

A seção *Vida Real* também traz muitas matérias sobre quartos, com foco em dicas para decoração. Entre elas estão, por exemplo, dicas de formas diferentes de decorar os quartos com fotos, maneiras práticas e eficazes de organizar as estantes de livros, ideias criativas para cabeceiras de cama, calendários de parede, quadrinhos bordados, dicas para “atualizar” o cômodo, até então infantil, sem gastar muito dinheiro e muitas outras informações. Há matérias também que trazem inspirações em quartos famosos de produtos midiáticos consagrados, como séries e filmes de sucesso. No canal da marca no *Youtube* há diversos vídeos com celebridades juvenis como a escritora Bruna Vieira e *blogueiras* de sucesso fazendo um *tour* em seus quartos, mostrando a decoração e eventuais fotos de antes e depois. Elas ensinam também a fazer objetos de decoração como luminária de lata ou quadrinhos de tecido.

Para além das matérias que mostram as meninas em seus espaços particulares, há muitas reportagens que apresentam quartos famosos da mídia, como

uma inspiração que perpassa muitas vezes a indicação de compra de produtos específicos. Para citar os títulos de algumas dessas matérias: “Inspire-se na decoração do quarto da Lara Jean, de Para Todos os Garotos”³⁹; “Fandom business: O quarto dos sonhos dos fãs de Supernatural”⁴⁰; “Decoração: O quarto dos sonhos dos fãs de *Pretty Little Liars*”⁴¹; e “Veja os quartos mais legais da ficção”⁴²; entre muitas outras.

Ainda, no universo dessas 95 publicações no *blog It Quarto*, 15 delas continham além das fotos e entrevista, *link* para acesso a um vídeo da jovem mostrando seu quarto e suas coisas (Figura 6). Esses vídeos são inspirados nos muito comuns vídeos de *tour* pelo quarto disponíveis no *Youtube* e que compõem a segunda parte do *corpus* dessa pesquisa.



Figura 6 – *Link* para vídeo de tour pelo quarto disponível em matéria do site Capricho.

Fonte: <https://capricho.abril.com.br/vida-real/it-quarto-jessica-mariani-gosta-de-cores-claras-luzes-pisca-pisca-e-diy/>. Acesso em: 13 fev. 2020.

Desses 15 vídeos, cinco já foram tirados do ar e não é mais possível acessá-los. Dos 10 ainda disponíveis, dois deles não constam mais de *link* para acesso a partir da matéria da Capricho, mas foi possível encontrá-los em uma busca pelo

³⁹ Disponível em <https://capricho.abril.com.br/moda/inspire-se-na-decoracao-do-quarto-da-lara-jean-de-para-todos-os-garotos/>. Acesso em: 21 jan. 2020.

⁴⁰ Disponível em <https://capricho.abril.com.br/vida-real/fandom-business-o-quarto-dos-sonhos-dos-fas-de-supernatural/>. Acesso em: 21 jan. 2020.

⁴¹ Disponível em <https://capricho.abril.com.br/vida-real/decoracao-o-quarto-dos-sonhos-dos-fas-de-pretty-little-liars/>. Acesso em: 21 jan. 2020.

⁴² Disponível em <https://capricho.abril.com.br/famosos/veja-os-quartos-mais-legais-da-ficcao/>. Acesso em: 21 jan. 2020.

nome da entrevistada no *Youtube*. Desses 10 analisados, seis seguem a dinâmica e estética dos vídeos de *tour* pelo quarto disponíveis no *Youtube* e que analisamos em seguida. Os demais aparentam ter uma produção mais caseira, ou por apresentar som/ iluminação de baixa qualidade, ou por serem muito curtos e não permitirem visualizar bem o quarto (há vídeos com menos de um minuto de duração, por exemplo). Uma das meninas deixa claro que aquela era a primeira vez em que postava algo no *Youtube* e que não estava familiarizada com o uso da plataforma, dizendo que o fez a pedido da *Capricho*. Outra entrevistada demonstrou mais familiaridade indicando inclusive já ter feito vídeo de seu quarto antes e postou texto de abertura explicando a ligação com o veículo:

Fui convidada pela Capricho para dar uma entrevista sobre o meu quarto, que fiz com tanto carinho, pensei em cada detalhe e já mostrei *pra* vocês aqui no canal. Fiz um vídeo mais resumido para ilustrar a matéria e compartilhei com vocês aqui também. Espero que gostem! (TOMASUOLO, 2015).⁴³

Nos demais vídeos, quando acessados pelo *Youtube*, não há qualquer menção à *Capricho*. Cabe destacar que em todas as matérias do site *Capricho* encontradas sobre o tema e nos vídeos cujos *links* estavam nas reportagens, não há nenhum participante masculino. Todas as matérias e vídeos contavam exclusivamente com quartos de garotas. Ainda no universo de vídeos de *tour* pelo quarto, apresentamos a seguir a segunda parte do nosso *corpus*.

2) vídeos de *tour* pelo quarto feitos pelos adolescentes e disponibilizados na plataforma *Youtube*.

Para se ter uma ideia, uma pesquisa rápida na busca geral do *Google* indica uma imensa oferta de vídeos desse tipo. Na busca pelo termo “*tour* quarto” no *Youtube* aparecem 721 mil resultados e na busca por “*room tour*”, seu equivalente em inglês, há mais de 69 milhões de vídeos⁴⁴.⁴⁵ Para afunilar a pesquisa de modo a concentrar os resultados em nosso público-alvo, foi feita diretamente na barra de pesquisa do *Youtube* a busca pelo termo exato “*tour* pelo meu quarto”, solicitando ainda a exclusão de resultados com os termos “bebê”, “casal” e “irmã” nos títulos

⁴³ Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=iWZeopsYEZE>. Acesso em: 7 ago. 2020.

⁴⁴ Pesquisa realizada em 27 de Junho de 2020.

⁴⁵ A busca feita diretamente no site *Youtube* não apresenta mais o número total de vídeos encontrados. A pesquisa pelo site *Google*, contempla também os resultados encontrados no *Youtube*.

dos vídeos⁴⁶. Nessa pesquisa, realizada em 24 de maio de 2020, chegamos então a uma lista com 596 vídeos. Acessamos cada um desses vídeos e produzimos uma tabela com as seguintes informações de cada um deles: data de publicação, número de visualizações, título do vídeo, canal em que foi publicado, número de inscritos do canal, duração do vídeo, número de curtidas, número de não-curtidas, número de comentários (quando habilitados), data de acesso e *link* para acesso. Além desses dados, facilmente disponíveis, tentamos descobrir a idade dessas pessoas à época da publicação do vídeo. O objetivo foi identificar os adolescentes de acordo com a idade definida pela OMS que estabelece a adolescência como o período que vai de 10 a 19 anos, e que escolhemos adotar nessa pesquisa para fins práticos, conforme apresentado na introdução desse trabalho. Esse dado foi, muitas vezes, mais difícil de encontrar. Em alguns vídeos, essa informação estava disponibilizada em sua própria descrição, em outros era possível encontrá-la em outros vídeos do canal, como aqueles com celebração de aniversário por exemplo, ocasionalmente era necessário acessar outra rede social do indivíduo como *Instagram* ou *Facebook*. Nos casos em que não foi possível descobrir a idade diretamente, outras informações foram válidas, como por exemplo a série escolar ou se a pessoa já havia concluído a graduação e assim foi feita uma estimativa da idade. A partir dessas buscas foi possível, na grande maioria das vezes, saber e/ou estimar a idade do autor do vídeo e, assim, restringir nossa análise apenas aos que estavam compreendidos na faixa etária de 10 a 19 anos no momento da publicação dos vídeos. Quando não foi possível saber a idade exata, fizemos uma estimativa, observando a aparência da pessoa, em um critério totalmente subjetivo.

Como aqui nessa pesquisa um dos aspectos principais que pretendíamos observar consistia na relação do quarto juvenil em contraposição aos demais espaços domésticos, um dos fatores fundamentais para nós era que o jovem morasse na casa da família. Dessa forma, foram excluídos os vídeos em que os jovens moravam sozinhos ou estivessem em viagem de intercâmbio ou trabalhando como *aupair*⁴⁷, morando em alojamentos estudantis, como hóspedes em casas de família

⁴⁶ A pesquisa na barra de ferramentas da pesquisa foi "tour pelo meu quarto" -bebê -casal -irmã – *YouTube*.

⁴⁷ *Aupairs* são jovens que vão morar em países estrangeiros, com a oportunidade de conhecer outra cultura e receber salário para cuidar das crianças de uma família e de serviços básicos da casa e passam a morar em um quarto na casa dessas famílias.

no exterior ou mesmo que estivessem morando fora do país junto com suas famílias pois muitas vezes afirmava-se que tal situação seria temporária.

Foram excluídos ainda vídeos que consistiam em *tour* por quarto de hotéis, quarto de brinquedos, “cantinho” de estudos” especificamente, entre outros do tipo. Além disso, 25 vídeos da lista original foram tornados indisponíveis, não sendo mais possível acessá-los. Após todos esses cortes, a lista com 596 vídeos caiu para 328 itens, um número ainda muito grande. Então, decidimos organizá-la por data, separando e agrupando os vídeos de acordo com o ano de publicação e chegamos à seguinte configuração⁴⁸:

Data de publicação	Número de vídeos publicados
2011	1
2012	2
2013	11
2014	13
2015	14
2016	12
2017	33
2018	24
2019	35
2020	183
TOTAL	328

Tabela 1 – Número de vídeos veiculados, classificados pelo ano de publicação.
Fonte: elaborado pela autora.

Como é possível observar na tabela acima, uma quantidade enorme desses vídeos, 183, foi publicados em 2020. Embora não seja possível afirmar com certeza, podemos supor algumas das razões para esse elevado número nesse ano específico. Primeiro, é possível imaginar que o mecanismo de busca do *Youtube*, entre outros parâmetros, como maior número de visualizações, tenha também priorizado os vídeos mais recentes. Outro fator que não pode deixar de ser levado em consideração foi o isolamento social estabelecido pelas autoridades públicas de saúde mundiais em função da pandemia provocada pelo coronavírus SARS-Cov-2, surgido na China no final de 2019, mas que se alastrou nos primeiros meses de 2020, confinando em casa, por determinado período de tempo, pelo menos um terço

⁴⁸ Tabela referente à lista obtida no dia 24 de maio de 2020.

da população mundial⁴⁹. Mais especificamente falando sobre os estudantes, metade deles no mundo ficaram sem aulas presenciais⁵⁰ e no Brasil estima-se que esse número seja de mais de 1,1 milhão de alunos⁵¹. Confinados em casa, tanto *youtubers* e *blogueiros* ficaram sem muita opção de cenário que não o ambiente doméstico para gravar seus vídeos, como muitos jovens anônimos resolveram se arriscar em suas primeiras gravações ou filmar com mais frequência, e o *tour* pelo quarto era uma possibilidade de vídeo a se fazer. São, em sua maioria, vídeos com pouquíssimas visualizações e de canais muito pequenos.

Diante disso, e com o ano de 2020 ainda em andamento no momento de nossa análise, decidimos por não contemplar os vídeos do período e nos concentrar naqueles publicados entre os anos de 2017 e 2019, que permitiram a compilação completa dos vídeos dos três anos inteiros que configuraram em nossa lista, consistindo em dados ainda recentes e bastante relevantes para a pesquisa. Nossa amostra consistiu, então, em 33 vídeos de 2017, 24 de 2018 e 35 de 2019, totalizando 92 vídeos analisados. Cabe aqui destacar algumas especificidades dessa amostra: 83,7% da amostra (77 vídeos) são de jovens do gênero feminino e 17,3% (15 vídeos) do gênero masculino; o vídeo mais acessado teve 816.468 visualizações e o menos visto teve 83⁵²; o maior canal com vídeo de *tour* pelo quarto conta com 6,99 milhões de inscritos e o menor tinha apenas 33 no momento da nossa análise; o vídeo com o maior número de “curtidas” tinha 342 mil e o com menos teve nenhuma; muitos vídeos estão com os comentários desativados e o vídeo com mais comentários conta com 4443 mensagens do público; o vídeo mais curto conta com exatos três minutos de duração e o mais longo tem 23 minutos e 43 segundos.

As duas partes do *corpus* especificado consistiram em rico material de análise que foi discutido ao longo dessa tese, de acordo com as temáticas dos capítulos. Cabe explicitar algumas das especificidades das pesquisas em ambiente *on-line* como a que aqui foi desenvolvida. Em primeiro lugar é preciso destacar que

⁴⁹ Dados disponíveis em <https://www.bbc.com/portuguese/internacional-52040808>. Acesso em: 29 jun. 2020.

⁵⁰ Dados disponíveis em <https://g1.globo.com/educacao/noticia/2020/03/18/unesco-metade-dos-estudantes-do-mundo-sem-aulas-por-conta-da-covid-19.ghtml>. Acesso em: 29 jun. 2020.

⁵¹ Dados disponíveis em [https://www.jornalopcao.com.br/reportagens/pandemia-tira-11-milhao-de-alunos-das-salas-de-aula-e-obriga-educacao-a-se-reinventar-245538/](https://www.jornalopcao.com.br/reportagens/pandemia-tira-11-milhao-de-alunos-das-salas-de-aula-e-obriga-educacao-a-se-reinventar-245538/https://www.jornalopcao.com.br/reportagens/pandemia-tira-11-milhao-de-alunos-das-salas-de-aula-e-obriga-educacao-a-se-reinventar-245538/). Acesso em: 29 jun. 2020.

⁵² Nas datas em que foram acessados por nós, 28 de maio de 2020 e 16 de junho de 2020, respectivamente.

o ambiente digital não é entendido enquanto esfera separada do que seria a “vida real”, mas ambos como ambientes que coexistem. Os jovens contemporâneos circulam por esses espaços de maneira muito orgânica. A pesquisa sobre esse grupo em ambientes *on-line*, portanto, apresenta um enorme potencial ao retratar e reproduzir práticas e apropriações juvenis as mais diversas.

Uma de nossas opções, por exemplo, seria pesquisar sobre quartos nas edições impressas da revista *Capricho*, mas optamos pelo site do veículo que nos permite acesso a um material mais recente, uma vez que desde 2015 a publicação está disponível exclusivamente *on-line*. Além disso, essas edições por vezes possuem integração com outros ambientes *on-line*, como no caso das matérias com *link* para acesso aos vídeos no *Youtube* e que são relevantes para nós.

Considerando que “A internet constitui uma representação de nossas práticas sociais” (FRAGOSO; RECUERO, AMARAL, 2011, p. 13), tem-se que a pesquisa na plataforma *Youtube* permitiu o acesso a vídeos variados, com jovens de diversas partes do Brasil, idades variadas, subculturas diferentes, o que, ainda que com foco na pesquisa qualitativa e não quantitativa, enriqueceram sobremaneira a observação. Pessoalmente, por exemplo, seria inviável “visitar” 92 quartos diferentes, como conseguimos fazer por meio dos vídeos. O *Youtube* permite essa observação, concentrando, em um mesmo lugar expressões múltiplas e variadas do que se pretende pesquisar.

Essa imensa quantidade de vídeos, que é uma das vantagens da plataforma, pode se configurar também em um enorme desafio, que é conseguir encontrar no acervo exatamente aquilo que se deseja. Conseguir obter uma lista fechada de vídeos, que pudesse ser destrinchada e analisada foi um grande desafio. Muitos testes foram feitos até que chegássemos à lista salva do dia 24 de maio de 2020. Nossas primeiras buscas traziam mais de mil resultados e apresentavam resultados diferentes a cada tentativa. Como afirmam Fragoso, Recuero & Amaral (2011):

A internet é um universo de investigação particularmente difícil de recortar, em função de sua escala (seus componentes contam-se aos milhões e bilhões), heterogeneidade (grande variação entre as unidades e entre os contextos) e dinamismo (todos os elementos são permanentemente passíveis de alteração e a configuração do conjunto se modifica a cada momento) (FRAGOSO; RECUERO, AMARAL, 2011, p. 55).

A amostra aqui considerada, então, representa uma amostra aleatória simples, permitindo considerar que todos os elementos do universo pesquisado

apresentaram chances iguais de pertencerem à amostra. Sendo assim, pode-se afirmar que representa o universo total de vídeos de *tour* pelo quarto com os parâmetros utilizados. Cabe ainda ressaltar que nossa abordagem foi a observação silenciosa, quando não há interação com os pesquisados e os mesmos não têm conhecimento sobre a pesquisa que está sendo realizada. Destacamos ainda que nossa análise se deteve totalmente em material público, com acesso aberto e gratuito a qualquer interessado.

Para além dos vídeos, na pesquisa realizada no *Youtube* observamos também os comentários feitos pelo público quando essa opção estava disponível. Esse espaço permitiu observar a interação do público, que tipo de coisa comentam, o que destacaram sobre o vídeo que acabaram de assistir, dúvidas ou perguntas feitas ao autor do vídeo. Não sistematizamos todos os comentários feitos em todos os vídeos porque seria um imenso material que não acrescentaria tanto, mas destacamos e comentamos alguns daqueles que julgamos relevantes para nossa discussão.

3.2. *Youtube* e os vídeos de “*tour* pelo quarto”

De forma geral, os vídeos de *tour* pelo quarto seguem uma dinâmica comum. Costumam começar com uma abertura, que dá a impressão de ter sido acrescentada posteriormente, na edição. Em alguns casos, a pessoa está com roupa diferente da que usou na gravação, ou comenta algo sobre o processo de gravar/ editar o vídeo. Nessa abertura normalmente faz-se uma apresentação do vídeo que está para começar, explicando o que é, quase sempre se comenta como o vídeo foi muito pedido, “um dos mais pedidos do canal” e pede para o espectador curtir, se inscrever no canal caso ainda não o tenha feito e para seguir o jovem em outras de suas redes sociais. Quando já houve um *tour* anterior, faz-se referência a ele: “resolvi gravar outro vídeo porque muita coisa mudou no meu quarto”. Tal como essas aberturas, costuma haver também sempre um encerramento, com a mesma dinâmica. Mais uma vez pede-se curtidas e inscrições no canal, pede-se comentários com sugestões de temas para as próximas gravações, comenta-se algo final sobre o vídeo em si. Muitas vezes há a promessa de um novo vídeo ligado a esse, como o *tour* pela penteadeira ou pela escrivaninha se o público comentar que tem interesse ou se o vídeo em questão atingir uma meta determinada curtidas.

Para além do *tour* completo pelo quarto, há ramificações muito comuns, que são os vídeos específicos de *tour* pela penteadeira, onde se mostra em detalhes as maquiagens, produtos de beleza e de cuidado com a pele e o “cantinho” onde a menina se maquia. Tem também os *tours* pela escrivaninha, apresentando o local de estudos e/ou trabalho (edição de vídeos, roteiros, planejamento do canal), materiais de papelaria etc. e há ainda os vídeos focados no guarda-roupa ou *closet*, exibindo tudo nos mínimos detalhes. Em alguns vídeos de *tour* pelo quarto, o jovem “embute” esses outros. Mas em outros casos, esses são mostrados muito superficialmente por já existir ou pelo plano de mostrar tal área do quarto especificamente. Aqui nessa pesquisa nos concentramos nos vídeos mais gerais, pelo quarto, apresentando-o em sua totalidade. Quando o quarto é suíte, o banheiro na maioria das vezes é mostrado e incluído no *tour*, assim como quando há um *closet* separado.

Os demais cômodos da casa, assim como os outros moradores, costumam ser totalmente invisibilizados e silenciados. Muitas vezes o vídeo começa do lado de fora, mas já em frente à porta, para dar a visão de que a câmera “está entrando no quarto” e também para mostrar muitas vezes que há algum enfeite, quadro, algo pendurado na fechadura da porta etc., outras vezes o vídeo começa mesmo já dentro do quarto, sempre em frente à porta, simulando a entrada no ambiente e tentando exibir a visão que se tem logo que se abre a porta do cômodo.

Na maioria das vezes o jovem grava sozinho, ele mesmo filma, mostra os objetos e a si mesmo e apresenta o quarto. Mesmo nesses casos, quase sempre há algum recurso adicional para tentar garantir uma melhor qualidade técnica do vídeo, seja algum instrumento para iluminação, tripé para a câmera, etc. A maioria dos jovens comenta que edita eles mesmos seus vídeos. Em outros casos, quando há outra pessoa filmando, muito frequentemente é a mãe, em poucos casos é o namorado. Por mais que a outra pessoa não apareça no vídeo, é possível ver alguma interação, conversa entre eles, quando se esquece o nome de algum objeto ou se quer confirmar alguma informação, por exemplo. Essas interações ou mesmo alguma interrupção como quando o jovem está no quarto gravando o *tour* e o pai abre a porta e pergunta se ele quer almoçar, poderiam ser excluídos do vídeo no momento da edição, mas são mantidos muito provavelmente para ajudar a criar um clima de intimidade e também para dar veracidade ao depoimento.

Os vídeos simulam uma visita, como se o anfitrião recebesse o espectador para um *tour* pessoalmente em seu quarto. Mostra-se cada “cantinho”, cada objeto de decoração, fala-se um pouco de cada item, onde comprou, de quem ganhou, porque tal objeto foi pensado para estar ali, qual foi a inspiração. De certa forma, o público é “convidado” a entrar no ambiente e é apresentado a cada um de seus detalhes:

O quarto dos adolescentes é estilizado e encenado como um ambiente semântica e espacialmente condensado de subjetividade doméstica feminina, exibindo uma imagem de casa perfeita aos espectadores, com os detalhes mais íntimos aparecendo superficialmente, ou mesmo nem aparecendo. Os ‘visitantes’ virtuais são convidados a absorver os símbolos de *status* exibidos na tela e a admirar o esforço dispendido na criação de um ambiente aconchegante e de bom gosto, mas não lhes é dada a oportunidade de ver além da fachada. No geral, tanto a concepção quanto o consumo de *tours* de quarto sugerem uma ‘visita’ bastante formal (REBANE, 2019, p. 52)⁵³.

Gala Rebane (2019) aponta que, a despeito da imensa popularidade desses vídeos, eles ainda não foram estudados na academia, em todo o mundo. De fato, o texto da autora foi o único específico que encontramos sobre o assunto. Concordamos com a autora ao considerar a relevância de se estudar o segmento. A um primeiro olhar, os vídeos parecem mesmo ser por demais superficiais e uma celebração do consumo e exibição do ego, mas não é assim que os entendemos. Ao postar no *Youtube*, os jovens querem criar representações próprias, mostrar seus quartos tais como eles são, expressar subjetividades juvenis, estéticas compartilhadas, dinâmicas sociais diversas. Os vídeos de certa forma “condensam” esses aspectos e os dão visibilidade, tornando público e acessível para qualquer um com acesso à internet esses espaços cheios de significação.

Rebane propõe considerar os vídeos de *tour* pelo quarto a partir de uma perspectiva histórica, como seguidores do legado cultural do século XIX que considera o ambiente doméstico como refúgio particular. A autora remete à ideia de hospitalidade vitoriana, quando salas nas casas eram pensadas especificamente para receber visitas e funcionavam como exibição de *status* e cultura, na lógica de

⁵³ Do original: “*Teenager bedrooms are styled up and staged as semantically and spatially condensed spaces of female domestic subjectivity that convey an image of a happy showcase home to their viewers, with more intimate details glossed over or, else, entirely left out. Virtual ‘guests’ are invited to take in the status symbols on display and admire the effort put into the creation of a tasteful and cosy ambiance, yet they are not given a chance to look beyond the façade. On the whole, both the conception and the consumption of room tours suggest a rather formal ‘visit’.*” Tradução livre.

“fazer sala”⁵⁴. Ao discutir a sociedade burguesa do século XIX, Hobsbawn (1977) aponta que “o lar era a quintessência do mundo burguês” (p. 237). Para o historiador, os objetos acumulados nas residências eram expressão de riqueza e sucesso:

Objetos expressavam seu custo e, no tempo em que a maioria dos objetos domésticos era produzida ainda por processos manuais, a elaboração era um índice adequado para expressar o valor de objetos caros. O custo também comprava conforto, que era tanto visível como desfrutável. Mesmo assim, os objetos eram mais do que meramente utilitários ou símbolos de status e sucesso. Tinham valor em si mesmo como expressões de personalidade, como sendo o programa e a realidade da vida burguesa, e mesmo como transformadores do homem. No lar tudo isso era expresso e concentrado. Daí a sua grande acumulação. (HOBSBAWN, 1977, p. 238).

Nos vídeos de *tour* pelo quarto pode-se dizer que há essa mesma lógica de mostrar e exibir seus bens e seu bom gosto pessoal. Vale destacar que é comum que o mesmo jovem tenha produzido mais de um vídeo sobre seu quarto, após uma mudança de casa, uma reforma no quarto novo ou mesmo que apenas tenha feito alguma alteração na decoração. Em nossa análise, quatro jovens aparecem com dois vídeos diferentes de seus quartos, mas é frequente mesmo nos casos em que nossa pesquisa selecionou um vídeo só, que comentem que já fizeram outros anteriormente. Para além disso, é muito comum a fala de que não foi possível mostrar o cômodo antes por não estar do jeito considerado ideal ou que a pessoa resolveu mostrá-lo por conta dos pedidos, mesmo que ainda esteja terminando de arrumar:

Meu quarto *tá* pronto, mas não pronto. Tipo assim que queria fazer outras coisas nele, tipo eu queria colocar um papel de parede aqui, colocar uns quadros, tipo não *tá* assim do jeito que eu queria, mas é isso e até os próximos vídeos⁵⁵.

Eu não ia fazer esse vídeo agora, gente, porque eu *tô* um pouco insatisfeita ainda com meu quarto, não *tá* do jeito que eu quero, mas como vocês não esperam eu vou gravar e depois que eu reformar ele, eu gravo de novo *pra* vocês”... Então é isso, meu quarto não tem muita coisa *pra* mostrar não, ele é bem normalzinho. Ele *tá* muito longe de ser como eu quero deixar, mas eu ainda estou pensando muito, se eu mudar ele, quando eu mudar ele, eu mostro *pra* vocês de novo⁵⁶.

⁵⁴ A expressão “fazer sala” significa dar atenção às visitas que vão à sua casa. Estamos utilizando-a aqui como equivalente à expressão utilizada pela autora no texto original “*making the parlour*”.

⁵⁵ Informações disponíveis em https://www.youtube.com/watch?v=aovdp_WxlE0. Acesso em: 30 jul. 2020.

⁵⁶ ⁵⁶ Informações disponíveis em <https://www.youtube.com/watch?v=YOv5JmjV5Bc>. Acesso em: 30 jul. 2020.

Já tô falando que meu quarto não é tudo isso, ano que vem vai entrar em reforma⁵⁷.

Esse fato pode contribuir para o grande número de vídeos do tipo, pois quando há mudanças no ambiente, abre-se a possibilidade para a gravação de outro vídeo do mesmo tema. Importante ressaltar também que, para o público, o fenômeno parece se dar da mesma forma. A questão do quarto é uma constante também para quem assiste aos vídeos em busca de inspirações para os seus próprios cômodos, o que pode contribuir para que tenham tanta procura e visualizações. Tal questão pode ser observada a partir dos comentários de espectadores feitos nos vídeos (Figuras 7 e 8):

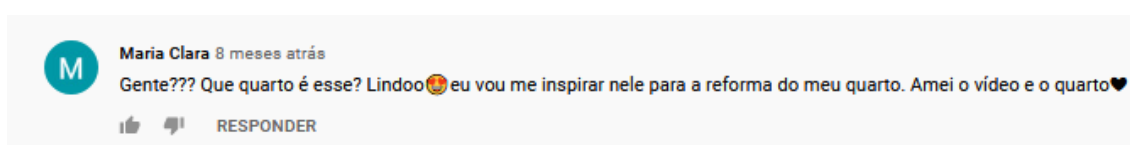


Figura 7 – Comentário feito por internauta em vídeo de *tour* pelo quarto.

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=U0WVmIOkI2I>. Acesso em: 30 jul. 2020.

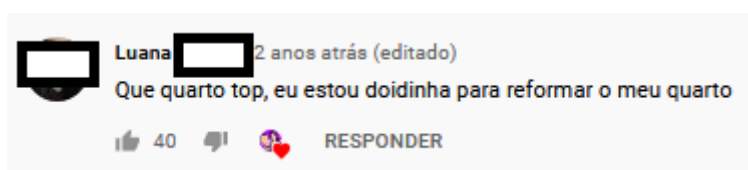


Figura 8 – Comentário feito por internauta em vídeo de *tour* pelo quarto.

Fonte: https://www.youtube.com/watch?v=zPTIdrTf_kQ&t=127s. Acesso em: 30 jul. 2020.

Podemos analisar esse ideal de quarto nunca considerado pronto pela perspectiva do “devaneio” e da busca pelo prazer “auto-ilusivo” propostos por Campbell (2001). Central para entender o pensamento do autor é o “hedonismo moderno”, que trata da busca contemporânea pelo prazer que se apoia na valorização das emoções e sentimentos (e não mais das sensações, como acontecia no hedonismo tradicional). Mais especificamente, há um destaque para as emoções particulares, íntimas, que se originam dentro de cada indivíduo e que o impulsionam para a ação. Aliado fundamental neste processo é o poder imaginativo e criativo, por meio do qual o indivíduo vai construir imagens prazerosas para seu próprio deleite. Dentre as categorias de construção de imagens, Campbell se dedica com

^{57 57} Informações disponíveis em <https://www.youtube.com/watch?v=kUfIS2QoxM>. Acesso em: 30 jul. 2020.

maior atenção a duas delas: a fantasia, que envolve o poder imaginativo de criar algo que seja inclusive impossível – sendo que o próprio autor cita como exemplo o desejo de se tornar invisível – e o devaneio, este sempre ligado a algo possível, que mantém conexão com a realidade, ainda que de forma bastante idealizada. O ponto de partida para muitos devaneios seria a capacidade de imaginar, tornando latente a possibilidade de que algo novo e emocionante possa acontecer inesperadamente, a qualquer momento. O próprio processo de antecipação imaginativa de um futuro extremamente agradável é prazeroso e excitante e se torna em si objeto de deleite.

O hedonismo moderno e a busca pelo prazer auto-ilusivo possuem relação direta com o consumo, uma vez que são os bens e mercadorias que na maioria das vezes vão desencadear o processo da imaginação prazerosa. Os devaneios se ligam a objetos de desejo, que carregam a promessa de realização das experiências antecipadas e realizadas. Porém, Campbell destaca a impossibilidade de a experiência real vivenciada corresponder às grandes expectativas da experiência imaginada por antecipação, pois “a vida real é cheia de imperfeições” (CAMPBELL, 2001, p. 127). Portanto, os devaneios, ainda que muito prazerosos na imaginação, não conseguem se realizar na prática. A frustração gerada daí, da diferença entre a experiência imaginada e a real, vai impulsionar o indivíduo a redirecionar suas expectativas para algum outro bem. Porém aí, mais uma vez, a expectativa não será alcançada, levando a um anseio constante por achar novos produtos que sirvam como objetos de desejo a serem repostos. Isto explica a busca pelas novidades, que se configuram em oportunidades não só de adiar a consumação do desejo, mas de criar novos.

Pensando sobre os quartos a partir daí, tem-se que eles nunca são considerados prontos e finalizados. A satisfação de um desejo, seja um móvel ou item de decoração, não encerra o ciclo do desejo. Ele é ressignificado e transferido para outros alvos. Portanto, a fala tão comum dos jovens que gravam os vídeos, como “meu quarto não está pronto” e as ponderações/ justificativas que eles mesmos fazem com frequência, como “meu quarto é pequeno”, “meu quarto não tem nada demais”, “meu quarto é super simples”. Esse fato acaba por refletir na gravação de mais de um vídeo, as mudanças no quarto são constantes e vários vídeos são feitos para mostrar essas etapas. Ao mesmo tempo, podemos considerar que o público que é espectador desses vídeos tem a mesma relação com seus

próprios quartos, o que aumenta a procura pelos vídeos. A partir dos objetos exibidos pelos jovens na gravação, o público renova seus próprios desejos, que engatilham também novos devaneios, em um ciclo constante: o devaneio é:

(...) uma forma de atividade mental em que imagens futuras positivamente vívidas são trazidas à mente (em primeiro lugar, quer deliberadamente, quer não) e ora são julgadas agradáveis, ora são elaboradas de um modo que assim as faça. Essas imagens deleitáveis são então exploradas para o desfrute potencial que possam apresentar, sendo talvez recambiadas em ocasiões subsequentes (CAMPBELL, 2001, p. 122).

Para além do que é mostrado, é muito importante também como isso é feito. Para Rebane (2019), os vídeos de *tour* pelo quarto são inspirados no famoso programa *MTV Cribs*, exibido inicialmente pela emissora MTV norte-americana, mas que depois foi ao ar em diversos outros países. Com estreia em 2000 o programa ficou no ar por onze anos tendo como proposta mostrar as casas de celebridades, estrelas da música, do esporte, do cinema e TV e famosas modelos. Cada episódio era dedicado a uma personalidade que promovia um *tour* por sua casa, mostrando não apenas os quartos, mas muitos dos cômodos de suas, na grande maioria das vezes, luxuosas coberturas e mansões. Cabe destacar que o canal MTV, que inicialmente nasceu com a proposta de ser totalmente dedicado à música, com foco na exibição de videoclipes, sempre se posicionou e de fato foi voltado para o público jovem, que aqui também tanto nos interessa. Oito anos depois, novos episódios foram produzidos e exibidos no canal da MTV no *Snapchat*⁵⁸. No Brasil, o programa estreou em 2010, com exibição dos episódios produzidos em outros países. Em 2009, estreou nos Estados Unidos um derivado do programa com personalidades jovens, o *MTV Teen Cribs*. Em 2020, uma nova versão estreou no Brasil, voltada exclusivamente para mostrar as casas de jogadores de futebol, o *MTV Cribs: Casa dos Craques*, com quatro novos episódios. Rebane (2019) aponta que o programa da MTV, por sua vez, é inspirado em um famoso programa da década de 1980, o *The Lifestyles of Rich and Famous*, também voltado para mostrar as casas e estilos de vida dos ricos e famosos.

⁵⁸ *Snapchat* é uma rede social de compartilhamento de fotos e vídeos que tem como diferencial o fato de que todo material publicado na plataforma tem tempo de duração determinado, a maioria se torna inacessível poucas horas após ter sido exibido. Seu recurso mais popular foi o *Stories* que permite construir uma pequena narrativa usando fotos e vídeos e que se popularizou depois em outro aplicativo, o Instagram. Lançado em 2011 se tornou muito popular entre os jovens.

Para a autora, esses programas têm o objetivo de exibir um pouco da intimidade de celebridades, em suas casas, mostrando como vivem em sua dia-a-dia, quando não estão sob os holofotes, numa tentativa de aproximá-los um pouco do público. Em contrapartida, nos vídeos caseiros de *tour* postados no *Youtube*, haveria uma tentativa das pessoas comuns que fazem os vídeos de se aproximarem do estilo glamuroso das celebridades, simulando seus gestos, escolhas de consumo e narrativas visuais. Podemos trazer aqui a noção de “imitação prestigiosa” proposta por Mauss (2007), que considera que nossos gestos e comportamentos, desde os mais corriqueiros como nadar e caminhar, são moldados pela cultura e pelas pessoas em quem nos inspiramos, aprendendo desde crianças pela observação de como os adultos agem nas mais variadas situações:

O que se passa é uma imitação prestigiosa. A criança, como o adulto, imita atos bem-sucedidos que ela viu ser efetuados por pessoas nas quais confia e que têm autoridade sobre ela. O ato se impõe de fora, do alto, mesmo um ato exclusivamente biológico, relativo ao corpo. O indivíduo assimila a série dos movimentos de que é composto o ato executado diante dele ou com ele pelos outros.

É precisamente nessa noção de prestígio da pessoa que faz o ato ordenado, autorizado, provado, em relação ao indivíduo imitador, que se verifica todo o elemento social. No ato imitador que se segue, verificam-se o elemento psicológico e o elemento biológico (MAUSS, 2007, p. 405).

No caso dos vídeos de *tour* pelo quarto, como em uma enormidade de outras situações, podemos considerar que essa “imitação prestigiosa” é mediada pela mídia e pelas celebridades que dela fazem parte. Nos últimos anos, com a proliferação de *blogs*, canais e redes sociais pela internet, temos que o sujeito comum extrapola sua condição de audiência e atua também na produção de conteúdo, muitas vezes, “imitando” o que está acostumado a ver em veículos da grande mídia. Em trabalho anterior (ANTUNES & AZEVEDO, 2019), discutimos esse duplo movimento de celebridades que compartilham seu cotidiano e se aproximam cada vez mais do público e das pessoas comuns que passam a ocupar espaço nas plataformas *on-line* como se celebridades fossem. Tem-se então que:

Essa espécie de processo pedagógico advindo do universo das celebridades, sustentado e amplamente projetado pelos meios de comunicação de massa, que impulsiona pessoas comuns a reproduzirem certas práticas (de exibir e explorar imagens do cotidiano), também ensinou a desprezar esse mesmo universo ou, pelo menos, as figuras que nele circulam - embora não inteiramente, uma vez que sabemos a força que ainda possuem as celebridades midiáticas. A crescente

exploração de situações mundanas e corriqueiras de celebridades dadas ao consumo das pessoas comuns fez crescer o irreverente anseio pelo ordinário real. Assim, cresce também o número de sujeitos comuns que passam a disputar espaço nos tronos da admiração e referencialidade anteriormente ocupados tão somente pelas celebridades – além de outras pessoas famosas e figuras públicas – com o respaldo do controlado e fechado sistema dos grandes conglomerados de mídia (ANTUNES & AZEVEDO, 2019, p. 8).

No *Youtube*, a procura dos usuários é três vezes maior por vídeos relacionados a seus interesses do que por aqueles que apresentam personalidades famosas⁵⁹. Os vídeos de *tour* pelo quarto que tanto sucesso fazem na plataforma, surgem na esteira de um movimento maior que é o acesso das pessoas comuns às mídias *on-line* que se consolidaram com a internet. Na pesquisa que aqui realizamos, por exemplo, há vídeos com menos de 100 visualizações, mas há também vídeos com mais de 800 mil visualizações, cujos canais contam com mais de 5 milhões de inscritos. Há espaço para todos. A maioria dos vídeos, 77 deles, conta com mais de 10 mil visualizações, sendo que 25 deles foram vistos mais de 100 mil vezes. Tem-se então que muitos desses vídeos são feitos pelo que podemos chamar de “influenciadores digitais”:

É neste cenário que surgem os influenciadores digitais, que se aproximam ainda mais do público do que as celebridades com presença midiática. Eles mostram seu dia a dia e fatos de sua vida ordinária, compartilhando ainda com o público geral a inexistência de uma “famosidade”, ao menos não de amplo alcance. Tem-se aí, então, a possibilidade de identificação ainda maior e, mais, a configuração de uma relação que se dá de maneira mais direta. Os influenciadores digitais se comunicam com o público sem o intermédio dos tradicionais produtores de comunicação. Eles possuem seus próprios canais e geram conteúdo autoral ... estabelecendo os caminhos para interações mais autênticas e duradouras, em que ambas as partes desfrutam de certa equiparação, sem o endeusamento de nenhuma delas (ANTUNES & AZEVEDO, 2019, p. 8).

No que tange aos vídeos de *tour* pelo quarto que analisamos, portanto, há os que podemos chamar de anônimos, que estão postando seus primeiros vídeos ou que possuem ainda muito poucas visualizações, e que muitas vezes decidem gravar e postar motivados mesmo por se expressarem, se comunicarem. Porém, há aí, também, aqueles que já possuem um canal no *Youtube* há mais tempo, com inúmeros outros vídeos postados, que estão tentando se consolidar como “influenciadores digitais” e, assim, estão se profissionalizando como tal. Alguns deles já atingiram esse patamar, possuem canais considerados grandes e são

⁵⁹ Informações disponíveis em: <https://rockcontent.com/br/blog/estatisticas-do-youtube/>. Acesso em: 30 jul. 2020.

remunerados a partir do alcance que conquistaram. Assim, são procurados por marcas diversas para anúncios e parcerias, interessadas no poder de influência desse jovem em seus nichos de público. Em contrapartida, com as tradicionais celebridades da grande mídia, as bases da atuação dos “influenciadores digitais” se dão em investimento menor e mais pulverizado das marcas, que acabam por fechar parcerias com diversos influenciadores em vez de concentrar o investimento em uma celebridade específica; em um maior engajamento de seu público, amparado em um relacionamento bastante próximo construído em um contato constante e duradouro; em nichos de público que, em contraponto às mídias de massa, podem ser e são extremamente segmentados; um conteúdo elaborado pelo próprio sujeito, mais autoral, “orgânico” e, portanto, com um caráter maior de veracidade e autenticidade; um processo de produção mais concentrado e, conseqüentemente mais ágil; e um outro fator que para nós é aqui fundamental que é a maior proximidade com o público. Cabe ressaltar ainda que esses influenciadores costumam ter carisma, reconhecimento, poder de influência e estão atrelados a valores positivos que interessam às marcas que os contratam (ANTUNES & AZEVEDO, 2019).

Nos vídeos que analisamos, alguns dos jovens comentam que tem fãs, que recebem cartinhas e presentes de seu público e costumam mostrá-los. Duda Guedes⁶⁰, Bia Herrero⁶¹ e Vic Mendes⁶² são algumas das jovens que mostram suas caixas com cartinhas e presentes de fãs. Na parede de seu quarto, Natalya Ericka mostra dois quadrinhos com desenhos dela feitos por admiradores e comenta: “Acho que um dia vou fazer isso, vou fazer uma parede só com desenho de fãs”⁶³ (Figura 9).

⁶⁰ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=cKBWuyOzB-o>. Acesso em: 27 ago. 2020.

⁶¹ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=fCgK5ngNprk>. Acesso em: 27 ago. 2020.

⁶² Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Y2kphnDQRE0>. Acesso em: 27 ago. 2020.

⁶³ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=7rlcRtzBec4>. Acesso em: 27 ago. 2020.



Figura 9 – Quadrinhos feitos por fãs expostos na parede do quarto

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=7rlcRtzBec4>. Acesso em: 28 ago. 2020.

Na sua prateleira, Thalita Matsura exibe o livro lançado com a mãe, Thaís, com quem também compartilha seu canal no *Youtube*. Na capa do livro *Entre mãe e filha*, em destaque aparece a informação “Mais de 1 milhão de seguidores no *Youtube*”⁶⁴ (Figura 10).



Figura 10 – Livro *Entre mãe filha* ocupa lugar de destaque no quarto da autora adolescente.

Fonte: https://www.youtube.com/watch?v=zPTIdrTf_kQ&t=127s. Acesso: 28 ago. 2020.

Em alguns comentários é possível ver também que muitas vezes o público expressa o sonho de conhecer pessoalmente o autor do vídeo, ou declara publicamente seu amor como estamos acostumados a ver na tradicional adoração dos ídolos pelos fãs. Alguns deles chegam a ter fã-clubes (Figuras 11 e 12):

⁶⁴ São 1, 89 milhões de inscritos em 27 de agosto de 2020.



Figura 11 - Comentários do público feitos no vídeo da influenciadora Bia Herrero.

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=fCgK5ngNprk>. Acesso em: 31 ago. 2020.



Figura 12 - Comentários do público feitos no vídeo de tour pelo quarto de Breno Gonzalez.

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=ElcLjoN2aSs>. Acesso em: 31 ago. 2020.

Não por acaso, os vídeos de *tour* pelo quarto são tão pedidos pelo público. Em nossa análise, na grande maioria deles, os jovens comentam ser esse o tema ou um dos temas mais pedidos pela audiência. Mostrar o quarto, aqui, equivale a compartilhar parte de sua intimidade nas redes sociais, revelar o que lhe é mais particular, uma grande aproximação entre duas pessoas que não se conhecem

pessoalmente via redes sociais, como discutiremos no Capítulo 5. Mostrar o quarto aproxima sobremaneira seu dono de quem lhe assiste. E ainda que em um ambiente que pode ser considerado muito “micro”, há aí também o poder de influenciar quanto a escolhas de consumo que se dão no cômodo preferido dos jovens. É como se o público sentisse que é possível ele também ter um quarto ou um pedaço do quarto que está sendo mostrado. Os quartos exibidos inspiram quanto à dinâmica da decoração como um todo ou com relação a itens específicos que são exibidos, como podemos observar em alguns dos comentários que são deixados públicos nos vídeos:

Queria que o meu quarto fosse assim também mas um dia vai ser se deus quiser⁶⁵
 Só queria uma parede de mapa mundi assim. Kkkk Adorei⁶⁶
 Meu deus o negócio de MM's eu amei? Quero pra hoje ⁶⁷
 Onde vc comprou essa roupa de cama? ⁶⁸
 Eu *tou* viciada nesse tipo de video para me inspirar para arrumar o meu quarto⁶⁹

Muitas vezes, as dinâmicas de influência para consumo podem ser observadas de maneira ainda mais direta. Há casos de parceria comercial explícita nos vídeos. Por exemplo, ao mostrar seu novo papel de parede com imagens dos personagens de super-heróis da *Marvel*, a jovem Duda Guedes diz de onde é, coloca no vídeo o endereço da página comercial no *Instagram*, avisa que os *links* para acesso às redes sociais estão na descrição do vídeo e conta que há descontos promocionais para o público que informar ter assistido ao vídeo⁷⁰. Thalita Matsura, então recém-chegada ao Brasil após anos morando no Japão, indica: “Todos os móveis feitos de madeira aqui do meu quarto são da Art Final Fábrica de Móveis, que é de Minas Gerais, gente” (o nome do fabricante aparece escrito na tela enquanto ela fala sobre ele⁷¹). A jovem indica ainda a arquiteta que fez o projeto de seu quarto, o fornecedor do papel de parede e o que fez a mesa com tampo de vidro. Em outro vídeo, o jovem Felipe Calixto agradece a todos os parceiros comerciais que participaram da reforma e nova decoração de seu quarto:

⁶⁵Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=GjQm_iENzG4. Acesso em: 31 ago. 2020.

⁶⁶ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=5hrw3FrO0ok>. Acesso em: 31 ago. 2020.

⁶⁷ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=A6h3pfCssbA>. Acesso em: 31 ago. 2020.

⁶⁸ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=NL0hu01M9t8>. Acesso em: 31 ago. 2020.

⁶⁹ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Oos8iflM6Gg>. Acesso em: 31 ago. 2020.

⁷⁰ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=cKBWuyOzB-o>. Acesso em: 31 ago. 2020.

⁷¹Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=zPTIdrTf_kQ&t=127s. Acesso em: 31 ago. 2020.

Quero agradecer aos parceiros desse projeto comigo, que foi a *Colante Decora* com o papel de parede aqui do meu quarto, *Kicola* com o espelho do *Youtube*, *ImageShop* aqui da batata frita, minha luminária de batata frita que ficou muito legal também, *NudeoMania* do Oscar que está aqui também e a *Imaginarum*, claro, que tem bastante coisa deles aqui... Eu quero muito agradecer todos os parceiros que fizeram parte desse projeto aqui, que foi possível realizar esse sonho de ter meu quarto, muito obrigado do fundo do coração⁷²

Muitas vezes não ficam claras para o público as bases em que se dão essas parcerias. Apesar de citar todas essas marcas, fazendo um agradecimento explícito a todas elas, na descrição do vídeo consta o seguinte aviso: “ATENÇÃO - CONTEÚDO EDITORIAL! esse vídeo NÃO CONTÉM promoção paga para nenhum tipo de anunciante! Sendo TODOS os produtos apresentados de forma espontânea!”⁷³.

Para além do consumo, questões que tangem à cultura material, aos objetos e à forma como os jovens lidam com as coisas que guardam em seus quartos foram alvo de olhar atento em nossa análise e serão detalhados no próximo capítulo.

Síntese do capítulo

Neste capítulo, indicamos os recursos metodológicos empreendidos na pesquisa e detalhamos a escolha do *corpus*, composto por representações de quartos juvenis no site da *Capricho* e por vídeos de *tour* pelo quarto no *Youtube*. Analisamos a dinâmica desses vídeos, destacando o interesse crescente dos jovens pelos mesmos, tanto da parte de quem exhibe seus quartos nas redes sociais, tanto de quem os assiste. Destacamos aqui questões como uma possível inspiração desses vídeos nas visitas aos salões da época vitoriana e aos programas midiáticos cujo mote é mostrar celebridades exibindo suas casas luxuosas. Os vídeos de *tour* pelo quarto representam uma importante estratégia de comunicação dos jovens, que ao “publicizarem” seu espaço particular nas mídias *on-line*, reforçam suas subjetividades e inspiram e influenciam outros jovens que, por sua vez, também vão consumir esse conteúdo, via mídias, de dentro de seus quartos.

⁷² Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=GjQm_iENzG4. Acesso em: 31 ago. 2020.

⁷³ Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=GjQm_iENzG4. Acesso em: 31 ago. 2020.

4. Os jovens e a cultura material entre quatro paredes

Consideramos que, para uma melhor compreensão da juventude contemporânea, é fundamental entender como se dá a relação dos jovens com suas “coisas”. Enquanto seres sociais que somos, importam não somente nossas relações com outros indivíduos, mas também com nossos objetos, nossos “trechos”, que vão constituir a *nossa* cultura material. Esse conjunto de coisas não só reflete quem somos, mas ao mesmo tempo age sobre nós, impulsionando nosso agir, pensar e sentir. Para além dessas relações que se dão no campo individual, a cultura material diz também sobre grupos e entendemos a importância de analisá-la dentro do contexto da juventude para, assim, melhor compreendê-la. Nos dedicaremos nesse capítulo a um segmento específico dentro dessa cultura material, a que se constitui dentro dos quartos juvenis. Partimos, então, de uma abordagem bibliográfica sobre a cultura material como base para analisar alguns de nossos “achados” no trabalho de campo. Interessa-nos compreender as forças que agem na definição do que entra nos quartos, do que sai, o que é exposto em posição de destaque e aquilo que se guarda, porém se esconde. Analisaremos também como esses objetos ajudam a construir uma narrativa biográfica do jovem, registrando suas memórias enquanto dialoga com os símbolos de conquistas graduais de autonomia e ganho de responsabilidade em direção à vida adulta. Ainda, refletimos sobre como os quartos dialogam com o projeto da “*homeyness*”, analisado por McCracken (2012), e como esse espaço simbólico protege e resguarda o indivíduo, de certa forma agindo como uma “fachada cultural”, tal como proposta por Pais (1993).

4.1. Cultura material dos jovens em seus quartos

Tão básico quanto a cama e o guarda-roupa são a penteadeira e a escrivaninha. Nas paredes, plaquinhas e quadrinhos com frases motivacionais e de autocuidado. Nas prateleiras, em exposição, uma mini torre *Eiffel* e objetos que remetem a filmes e séries preferidos. Pôsteres, *souvenirs* de viagens realizadas, mural de fotos com namorado, amigos e família, luzinhas pisca-pisca espalhadas pelo quarto, almofadas divertidas e bichinhos de pelúcia, papéis de parede diferentes e composição de cores. Brinquedos da infância escondidos no maleiro. Alguma coleção antiga. Embalagens de marcas que são exibidas como objetos de decoração. Algum item que tenha sido feito pelo próprio jovem. Assim podemos

descrever o típico quarto adolescente pelo que observamos em matérias no site *Capricho* e em vídeos de *tour* pelo quarto no *Youtube*.

Se todas essas coisas parecem ser apenas coisas mesmo, itens aleatórios de decoração ou mesmo tendência de moda entre os adolescentes, faremos aqui um esforço para enxergá-las além dessa fachada inicial. Daniel Miller (2013) nos alerta para o que ele denomina de “humildade das coisas”, considerando que “os objetos obscurecem seu papel e parecem irrelevantes” (MILLER, 2013, p. 78-79). Nós estaríamos tão acostumados à presença e convivência com os objetos que deixaríamos de prestar atenção neles, considerando-os como itens de menor importância. É justamente aí, porém, que estaria uma das suas chaves de atuação sobre nós:

A conclusão surpreendente é que os objetos são importantes não porque sejam evidentes e fisicamente restrinjam ou habilitem, mas justo o contrário. Muitas vezes, é justamente porque nós não os vemos. Quanto menos tivermos consciência deles, mais conseguimos determinar nossas expectativas, estabelecendo o cenário e assegurando o comportamento apropriado, sem se submeter a questionamentos. Eles determinam o que ocorre à medida que estamos inconscientes da capacidade que têm de fazê-lo (MILLER, 2013, p. 78-79).

Para o autor, portanto, os objetos e a cultura material agem sobre nós, moldando, impactando e influenciando diretamente o modo como vivemos. Se, nas matérias e vídeos que analisamos, os jovens exibem orgulhosamente tantos artigos guardados dentro de seus quartos, vamos aqui empenhar um esforço em entender as redes de significação que os perpassam e, mais ainda, como a materialidade em si dos objetos e do próprio quarto atua sobre esses jovens. Miller combate a visão de que os objetos sejam dados a nós de maneira estanque e propõe a investigação das construções, alterações e reapropriações de significados com os quais o homem reveste os objetos. Considerando, portanto, tal abordagem das coisas como coisas sociais, o autor combate a simplificação que opõe objetos a pessoas (ou coisas inanimadas *versus* pessoas vivas). Os objetos, intrínsecos que são à vida social, estão eles também ‘dotados de vida’. É por isso que Miller defende que a cultura material deve ser vista como fundamental subconjunto da cultura.

Cabe antes, porém, destacar que a importância dos objetos e da cultura material não são específicas das sociedades ocidentais contemporâneas, como podemos observar, por exemplo, na fundamental obra de Marcel Mauss, *Ensaio Sobre a Dádiva* (2003). Ao analisar formas arcaicas de contrato, o autor aponta que

nunca há uma simples troca de bens entre indivíduos, clãs e sociedades, mas sim prestações e contraprestações que se estabelecem, em princípio de forma voluntária, mas que se configuram como obrigatórias. Mauss compara informações de várias civilizações e identifica o que acredita ser uma universalidade nos processos de troca que são praticados nessas sociedades. Entre outros, a saber: dar e receber implica, para além de uma troca de bens, uma comunicação de almas. O presente que ofereço carrega em si algo de mim, que passa para o receptor, quando ele aceita o presente. Esse algo de mim oferecido a ele, nos une, mas obriga o receptor a retribuir o presente que, por sua vez, conterà algo de si. Dessa obra de Mauss, muito mais complexa e rica em informações e análises, vamos nos deter aqui em um ponto que nos interessa em particular para nossa reflexão: “Se o presente recebido, trocado, obriga, é que a coisa recebida não é inerte. Mesmo abandonada pelo doador, ela ainda conserva algo dele” (MAUSS, 2003, p. 198). E ainda: “A própria coisa tem uma alma, é alma” (MAUSS, 2003, p. 200).

Trazendo parte dessa discussão para as sociedades contemporâneas, Arjun Appadurai (2008) propõe uma análise da circulação de mercadorias, para além da troca de presentes proposta por Mauss (2003), considerando a criação de valor que se dá nesse processo de troca e que confere às próprias coisas uma vida social própria:

Para isto temos de seguir as coisas em si mesmas, pois seus significados estão inscritos em suas formas, seus usos, suas trajetórias. Somente pela análise destas trajetórias podemos interpretar as transações e os cálculos humanos que dão vida às coisas. Assim, embora de um ponto de vista teórico atores humanos codifiquem as coisas por meio de significações, de um ponto de vista metodológico são as coisas em movimento que elucidam seu contexto humano e social (APPADURAI, 2008, p. 17).

O autor faz distinção entre objetos, artefatos, bens e mercadorias, as quais, ele defende, é quando esses artigos assumem valor comercial, e que, destaca, podem ser observados também em sociedades pré-industriais. Essas coisas, em uma fase específica de sua existência, se tornariam mercadorias, ao adquirirem valor econômico: “Proponho que a situação mercantil na vida social de qualquer ‘coisa’ seja definida como a situação em que sua trocabilidade (passada, presente ou futura) por alguma outra coisa constitui seu traço social relevante” (APPADURAI, 2008, p. 27). Ele propõe uma discussão que se sustenta nas coisas trocadas, ao invés de somente nas formas e funções das trocas e afirma que a compreensão da relação

entre valor e troca deve se dar a partir da política, ou seja, das forças de poder e controle social. O autor comenta, então, o que ele chama de “fetichismo metodológico” e que consiste justamente em observar os fenômenos sociais a partir das coisas em si, percorrendo sua trajetória, num percurso sociológico, histórico e político. A sua proposta é de que se faça uma “história social das coisas”, observando classes ou tipos de coisas e a forma como sofrem influências e mudanças em suas dinâmicas de circulação e demanda ao longo do tempo. Appadurai comenta, então, que sua perspectiva se diferencia do que nos apresenta Kopytoff (2008) com a “biografia cultural das coisas”, mas que de certa forma ambas as propostas estão relacionadas.

Para apresentar sua proposta de uma abordagem biográfica das coisas, Kopytoff (2008) cita Rivers, que, em 1910, propôs uma espécie de biografia das coisas com base na posse. Para ele, seria possível identificar a trajetória de um objeto, identificando-se o caminho que ele percorre, considerando um por um quem o possuiu. Kopytoff vai dizer então que essa biografia das coisas pode ser feita não apenas com base na posse, como proposto por Rivers, mas a partir de inúmeros outros assuntos e eventos:

Ao fazer a biografia de uma coisa, far-se-iam perguntas similares às que se fazem às pessoas: Quais são, sociologicamente, as possibilidades biográficas inerentes a esse ‘status’, e à época e à cultura, e como se concretizam essas possibilidades? De onde vem a coisa, e quem a fabricou? Qual foi a sua carreira até aqui, e qual é a carreira que as pessoas consideram ideal para esse tipo de coisa? Quais são as ‘idades’ ou fases da ‘vida’ reconhecidas de uma coisa, e quais são os mercados culturais para elas? Como mudam os usos da coisa conforme ela fica mais velha, e o que lhe acontece quando a sua utilidade chega ao fim? (KOPYTOFF, 2008, p. 92).

O autor fala, então, das várias perspectivas a partir das quais pode ser feita essa abordagem biográfica das coisas, a saber, considerando-se seus aspectos econômicos, técnicos, sociais, dentre outros, tomados a partir de uma abordagem cultural – levando-se em conta os significados atribuídos - ou não. Kopytoff se encaminha então para uma discussão importante aqui para nós, a saber, sobre questões que envolvem singularização, considerando o que há de cultural e o que há de individual em determinada coisa. O autor destaca a tendência da mercantilização à homogeneização, ressaltando que é a cultura que assegura que algumas coisas possam permanecer singulares, uma vez que permite uma re-singularização do que foi mercantilizado: “...em qualquer sociedade, o indivíduo

frequentemente se vê imprensado entre a estrutura cultural da mercantilização e suas próprias tentativas pessoais de colocar uma ordem valorativa no universo das coisas” (KOPYTOFF, 2008, p. 104).

O desejo de singularização está presente em nossa sociedade, mas paradoxalmente pode se dar de maneira coletiva, com uma resposta similar e generalizada dos indivíduos aos objetos. Se, à medida em que o tempo vai passando, há cada vez menos brinquedos expostos nos quartos, como discutiremos com mais detalhes no próximo tópico, alguns deles, por carregarem uma significação particular, manterão o status de objeto de exibição. É o caso da boneca que Ananda Moraes, 14 anos, mantém em sua prateleira e, no vídeo de *tour* pelo seu quarto, faz questão de contar a história que a envolve:

Essa boneca tem toda uma história... Ela é a Anandinha, eu dei esse nome quando eu era pequena, porque ela está comigo desde que eu era pequena... Na verdade não era essa boneca em si, porque tem toda uma história que a boneca original que eu tinha quando eu era pequena, ela ficou num carro dos meus pais que foi roubado e a boneca foi junto no carro. Então no Natal o “Papai Noel” me deu essa bonequinha, como se ele tivesse resgatado a boneca, e aí ela tá comigo até hoje. E aí eu coloquei ela aqui nesse lado fofinho porque ela é muito importante pra mim.⁷⁴

A jovem segura a boneca na mão enquanto conta a história, mostra-a para a câmera e chega a abraça-la com carinho. Significativo também é o fato de ela ter dado à boneca o mesmo nome que o seu, porém no diminutivo, “Anandinha”, indicando que, de certa forma, a boneca representa ela mesma, como símbolo da criança resgatada que ela foi um dia (Figura 13).

⁷⁴ Informações disponíveis em <https://www.youtube.com/watch?v=jhv6MxGrMT4>. Acesso em: 2 jan. 2021.



Figura 13 – Jovem mostra boneca que considera especial e conta a história dela em seu vídeo.

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=jhv6MxGrMT4>. Acesso em: 2 jan. 2021.

Outro exemplo de singularização é o da jovem Natalya Ericka, que gosta de tocar violão e guarda em seu quarto o primeiro exemplar que teve do instrumento, apesar de não usá-lo mais e de atualmente possuir outros que ela considera melhores e mais sofisticados que o primeiro: “Aqui tem o meu primeiro violão, que não presta, mas foi meu primeiro amor, então eu deixo ele pendurado aqui”⁷⁵ (Figura 14).



Figura 14 – Primeiro violão, guardado como recordação, apesar de não ser mais utilizado.

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=7rlcRtzBec4>. Acesso em: 2 jan. 2021.

⁷⁵ Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=7rlcRtzBec4>. Acesso em: 2 jan. 2021.

Nesse contexto da singularização, Kopytoff cita também a ressignificação de coisas velhas, como latas de cerveja e revistas em quadrinhos, que assumem valor agregado ao serem alçadas a itens colecionáveis. Muitos jovens ao mesmo tempo passam a ressignificar essas coisas: “A singularização de objetos dentro de uma sociedade cria um problema especial. Como é feita por grupos, ela porta um certificado de aprovação coletiva, canaliza os impulsos individuais de singularização e assume o peso da sacralidade cultural” (KOPYTOFF, 2008, p. 110).

De maneira “similar” à abordagem biográfica dos objetos proposta por Kopytoff, em *The Comfort of Things* (2008), Miller, para além da biografia do objeto e da relação do objeto com o indivíduo, afirma que é possível estabelecer uma “narrativa biográfica do discurso”, a partir da qual um objeto pode “guardar” a história de um relacionamento específico do indivíduo com uma pessoa ou um grupo, abordando o objeto no contexto das relações: “As pessoas existem para nós na sua presença material e por meio dela”⁷⁶ (MILLER, 2008, p. 287). O autor aponta para uma economia das relações que tem nos objetos sua principal representação. Ele sinaliza que um desinvestimento pode ser feito em objetos que lembrem uma situação dolorosa, como o fim de um casamento. Ao mesmo tempo, uma grande estima é direcionada a objetos que “carregam” lembranças de pessoas muito queridas que faleceram, como os pais ou mesmo um filho. No livro citado, o autor traz resultados de uma etnografia realizada em rua do sul de Londres e os achados das conversas e visitas aos moradores, levantando uma diversidade de relatos de como as pessoas se relacionam com seus objetos e como esses objetos representam as mais diversas relações. Após uma decepção grande com alguém, a pessoa pode ter o ímpeto de jogar fora tudo o que lembra aquela pessoa, mas talvez guarde uma foto ou lembrança de um momento importante vivido junto. Na perda de um ente querido, um objeto pode alcançar ares de sacralidade, como pode ser observado nas roupas herdadas que a entrevistada Elia guardava em seu armário:

Muitas de suas roupas possuem uma dupla ressonância, já que não só foram herdadas de sua mãe, mas também feitas por sua amada tia Dimitra. A princípio, ela as guardou em uma caixa na parte de baixo do seu armário, mas algumas foram aos poucos doadas. Isso foi feito com muito cuidado; os destinatários tinham que ser pessoas ‘adoráveis’ e precisar das roupas por alguma razão. As circunstâncias

⁷⁶ Do original: “*People exist for us in and through their material presence*”. Tradução livre.

e origem estavam muito claras para eles, e esperava-se que as recebessem com um sentimento de reverência (MILLER, 2008, p. 42)⁷⁷.

Miller relata que Elia levou cerca de 15 anos até que ela própria conseguisse usar uma das roupas herdadas de sua mãe, e que assim mesmo, no início, só o fez em casa, sozinha, onde ninguém mais pudesse vê-la. Depois, passou a vesti-las em ocasiões muito especiais, como o casamento do filho, mas pensando em, com isso, proporcionar à lembrança da mãe a oportunidade de participar deste evento em família.

Se os jovens que estamos aqui analisando pelo que mostram de seus quartos em sua grande maioria ainda não vivenciaram divórcios, separações e lutos de pessoas muito próximas, como as que nos conta Miller, ainda assim, já fazem uso desse recurso de ancorar relações especiais em objetos específicos em que a representação do significado agregado a esse objeto é muito mais valiosa do que o objeto em si. É o caso de Radija Heloara, que conserva bichinhos de pelúcia que ganhou de seu pai na infância: “Aqui tem alguns ursos que eu acho eles meio feios, olha só a orelha dele, *tá* até caindo, mas é que eu ganhei do meu pai, gente, eu tenho muito carinho por ele” e “Esses dois ursinhos é muito feio, muito velho, mas eu também ganhei do meu pai então eu tenho dó de jogar fora”⁷⁸. Já Rafaella Souza guarda uma máquina de costura que ganhou da avó e, apesar de ter aprendido com ela noções de costura, conta que nunca a usou: “Ela me ensinou e me deu a máquina, mas eu acabei que eu nunca usei a máquina, mas eu tenho certeza que um dia eu vou usar. Mas é mais pra guardar de lembrança”⁷⁹. Rayane Ketlyn guarda um grande bichinho de pelúcia que ganhou do namorado no primeiro ano de relacionamento deles: “Aqui temos um ursão que eu ganhei no primeiro ano de namoro do Paulo. Gente, olha que coisinha mais bonita! Eu amo esse ursão!”⁸⁰.

Temos, portanto, que se os objetos são parte fundamental das relações, eles carregam significados deslocados, tal como nos propõe McCracken (2003). O significado deslocado pode se ancorar no passado, tendo em vista uma experiência

⁷⁷ Do original: “*Many of her clothes have a double resonance, since not only were they inherited from her mother, but they had been made by her beloved Aunt Dimitra. At first she stored them in a box at the base of her cupboard. But some she gradually gave away to others. This was done very carefully; the recipients had to be ‘lovely’ people as well as needing these clothes for some reason or another. The circumstances and origins were very clear to them, and they were expected to receive them with a sense of reverence*”. Tradução livre.

⁷⁸ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=FP-cAsUAjzw>. Acesso em: 2 jan. 2021.

⁷⁹ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=zz7pQpqZOWY>. Acesso em: 2 jan. 2021.

⁸⁰ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=uvnRVJ1DBZM>. Acesso em: 2 jan. 2021.

já vivida e conhecida, um passado ao qual se poderia querer voltar. Pode se ancorar também ao futuro, de maneira mais livre, de acordo com a imaginação do indivíduo. A questão é que sempre haverá uma discrepância entre o ideal imaginado e o real possível. Aqui McCracken se aproxima da ideia de *daydreaming* proposta por Campbell (2001) e que discutimos no capítulo anterior. O bem desejado funciona como ponte para o significado deslocado, a posse do objeto é capaz de fazê-lo também, porém, como o real nunca corresponde ao imaginado, logo aquele significado almejado é transferido para algum outro bem, que será a nova ponte para tal significado. Enquanto isso, o bem possuído se enfraquece em sua capacidade de transmitir tais significados. Esse mecanismo cria o desejo por novos bens, novas pontes, num processo que não se encerra, pelo contrário, se renova constantemente. Como afirma o autor, é uma estratégia para sustentar a esperança.

McCracken esclarece que o significado deslocado é uma estratégia que pode ser utilizada por uma cultura, por grupos, ou ainda, em um nível muito mais micro, em esfera individual. Os bens seriam tão eficientes como pontes para esses significados em função de quatro características principais, segundo o autor: são signos concretos e perenes, capazes de sustentar um significado por bastante tempo; capacidade de uma parte representar o todo, o que facilita o acesso a essas pontes; podem possuir valor econômico que ajude a conferir valor simbólico, ou seja, quanto mais difícil o acesso a determinado objeto, significados ainda mais elaborados ele pode carregar; e o que ele chama de plenitude dos objetos, ou seja, na sociedade de consumo em que vivemos, os bens são quase infinitos, sempre é possível deslocar um significado para algum outro bem (McCracken, 2003, p. 146-147).

As viagens podem ser um excelente exemplo dessa questão trazida por McCracken. Elas podem representar uma aspiração à liberdade, à independência, uma vontade de “cair na estrada” e experimentar o mundo. E, nos quartos analisados, o símbolo máximo dessas viagens é, sem dúvida, a miniatura da torre *Eiffel*. A frequência e constância com que essas miniaturas apareceram nos vídeos nos chamaram a atenção. Na maioria das vezes, o objeto está ali presente como elemento de decoração, mas o jovem sequer o menciona, não justifica a razão de tê-lo colocado ali. Alguns poucos afirmam ter visitado a cidade de Paris e trazido o artigo de lá, como lembrança, como Ananda Morais, que diz: “Tem esse enfeite da

torre *Eiffel*, que eu comprei quando fui para Paris”⁸¹ e Rafaella Souza, que exhibe três exemplares do objeto, mas afirma apenas “tem essas torrezinhas que eu trouxe de Paris”⁸² (Figura 15).



Figura 15 – Miniaturas da torre *Eiffel* ficam expostas na mesa de cabeceira de Rafaella Souza.

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=zz7pQpqZOWY>. Acesso em: 2 jan. 2021.

Há aqueles, porém, que expõem o objeto em seus quartos como representando uma potencial ida à capital francesa, é o ancoramento de um desejo futuro de conhecer a cidade. Há até os que se declaram fãs da cidade ainda que nunca tenham estado lá e, em alguns casos, para além da torre, lança-se mão de outros objetos e recursos para representar a relação com a cidade imaginada e idealizada, que passa a ser como que um “tema” do quarto. Natty Oliveira, já na porta de seu quarto, ainda do lado de fora, mostra um adesivo de Paris (Figura 16) e conta: “Aqui na minha porta eu tenho já um adesivinho de Paris, porque é uma coisa que eu gosto muito. Vocês vão perceber nesse vídeo aqui, metade do meu quarto é de Paris, então é meu sonho ir pra lá”. A jovem mostra ainda duas miniaturas da torre expostas em seu quarto, uma na prateleira, em meio à coleção de copos (Figura 17) e outra que ela conta que normalmente fica na prateleira que tem acima da sua cama, mas que a colocou na mesa de cabeceira quando foi gravar “para dar um charme no vídeo” (Figura 18). Além disso, uma das paredes do quarto tem papel de parede com várias imagens de Paris, em especial da torre (Figura 19)⁸³.

⁸¹ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=jhv6MxGrMT4>. Acesso em: 2 jan. 2021.

⁸² Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=zz7pQpqZOWY>. Acesso em: 2 jan. 2021.

⁸³ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=YR33Fx5smko>. Acesso em: 3 jan. 2021.



Figura 16 – Adesivo referente a Paris na porta do quarto de Natty Oliveira.

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=YR33Fx5smko>. Acesso em: 3 jan. 2021.



Figura 17 – Miniatura da torre *Eiffel* em meio à coleção de copos.

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=YR33Fx5smko>. Acesso em: 3 jan. 2021.



Figura 18 – Miniatura da torre *Eiffel* na mesa de cabeceira.

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=YR33Fx5smko>. Acesso em: 3 jan. 2021.



Figura 19 – Papel de parede temático da cidade de Paris.

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=YR33Fx5smko>. Acesso em: 3 jan. 2021.

O objeto também foi retratado em matérias do site *Capricho*, ainda que não mencionado durante as entrevistas, como se pode ver nas imagens abaixo (Figuras 20 e 21).



Figura 20 – Miniatura da torre Eiffel como objeto de decoração na prateleira.

Fonte: <https://capricho.abril.com.br/comportamento/it-quarto-a-delicadeza-parisiense-de-analuiza-palhares/>. Acesso em: 16 jan. 2021.



Figura 21 – Miniatura da torre *Eiffel* na penteadeira.

Fonte: <https://capricho.abril.com.br/comportamento/a-decoracao-romantica-nada-obvia-da-fran/>. Acesso em: 16 jan. 2021.

Para nossa discussão, há aqui ainda um outro ponto fundamental. Como os bens carregam significados que os indivíduos aspiram, McCracken (2003) afirma que “objetos que nos contam não quem nós somos, mas quem nós gostaríamos de ser” (p. 150). Sendo assim, eles podem ancorar um estilo de vida aspirado. Isso fica claro nos vídeos analisados em que, a partir de um único ou de poucos objetos, se afirma a filiação a um estilo de vida, a uma subcultura juvenil ou mesmo a um estilo da moda. Há também casos em que tal movimento ao qual o jovem se integra é explicitado no título do vídeo, que já promete esse foco, e o jovem mostra tudo o que é referente a isso e que tem dentro de seu quarto. É a partir, então, dos objetos que o jovem marca sua adesão, “finca a bandeira” do pertencimento a determinada subcultura. Entre os vídeos analisados, cinco deles registram essa filiação já no título: “Tour pelo meu quarto K-POP ♥ChoiDhi♥ - K-POP Room Tour”⁸⁴, “Tour pelo meu quarto (kpop) | Kpop room tour”⁸⁵, Tour pelo meu quarto K-POP [Ariss]⁸⁶, “TOUR PELO MEU QUARTO | KPOP EDITION ♥”⁸⁷ e “QUARTO DE ARMY- tour pelo meu quarto”⁸⁸. Nos primeiros quatro vídeos as jovens se dizem

⁸⁴ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=-9nuUp77jiU>. Acesso em: 3 jan. 2021.

⁸⁵ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=E3MBp0XQsgI>. Acesso em: 3 jan. 2021.

⁸⁶ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=TmjeGMOVZGg>. Acesso em: 3 jan. 2021.

⁸⁷ Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=4_3N507wJmk. Acesso em: 3 jan. 2021.

⁸⁸ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=RJxdRnHOzD8>. Acesso em: 3 jan. 2021.

“*kpoppers*”, como são conhecidas as fãs do estilo musical “*kpop*”⁸⁹. No quinto título temos a expressão “*army*”, termo designado aos fãs da banda BTS, a mais conhecida do gênero *kpop*⁹⁰. Há ainda um título “TOUR PELO MEU QUARTO - VSCO INSPIRED #My room 2019”⁹¹, que marca adesão ao movimento das “VSCO girls”⁹².

Para os que assistem os vídeos há outro ponto relevante. Como afirma McCracken (2003), por vezes, a projeção de um significado deslocado específico não é possível com base em um passado ou futuro individuais, assim, projeta-se esse significado na vida de outras pessoas, “em busca de provas de que seus ideais pessoais são realizáveis” (McCRACKEN, 2003, p. 141). Muitas vezes isso se dá, segundo o autor, por meio do culto às personalidades e do *star system*, mas que em nossa pesquisa, podemos observar se dar por meio dos *youtubers* e demais jovens que postam vídeos de *tour* em seus quartos. O público, quando compartilha dos mesmos ídolos e gostos, gosta de registrar essa afinidade nos comentários. Quando, por exemplo, um espectador é fã de uma banda, mas por razões diversas não possui objetos do ídolo como os mostrados nos vídeos, ele se realiza a partir dos artigos mostrados, ancorando significados outros nos objetos de terceiros, como podemos observar nos comentários abaixo (Figuras 22 e 23):



Figura 22 – Comentário feito por internauta em vídeo de *tour* pelo quarto de fã de *kpop*.

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=dGOQGs8OmmA>. Acesso em: 4 jan. 2021.

⁸⁹ “Kpop” é a abreviação para “korean pop”, gênero musical popular da Coreia do Sul, com identidade sonora e visual características. Surgido no início dos anos 1990, o estilo conta com músicas que misturam os idiomas coreano e inglês e, a partir de um amplo plano de divulgação cultural do governo sul-coreano, se tornou popular também no Ocidente por volta do ano de 2012.

⁹⁰ BTS é conhecida como a maior *boy band* atualmente no mundo. Formada por sete integrantes, segundo a revista Forbes, em 2019, foram considerados os artistas mais bem pagos do gênero *kpop* e se firmaram como a *boy band* de maior faturamento no mundo. “Army” é como é conhecida sua base leal de fãs e faz referência a um exército de admiradores.

⁹¹ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=dGOQGs8OmmA>. Acesso em: 3 jan. 2021.

⁹² As adeptas do movimento “VSCO *girl*” seguem um estilo na moda mais básico, despretenso, planejado para parecer “cool” e casual. A moda é básica e despojada e o destaque maior é dado aos acessórios, como prendedores de cabelos. O termo é inspirado em um famoso editor de fotos do Instagram, o VSCO Cam. Um quarto VSCO, como o que aparece em nossa pesquisa, indica a transposição dessa estética para o quarto de dormir.

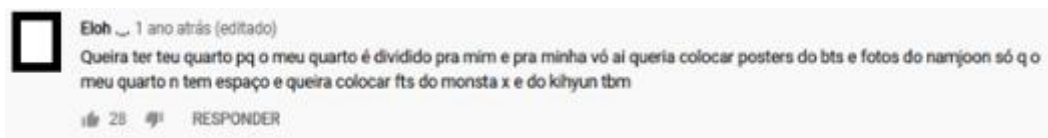


Figura 23 – Comentário feito por internauta em vídeo de tour pelo quarto de fã de *kpop*.

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=dGOQGs8OmmA>. Acesso em: 4 jan. 2021.

Cabe considerar um aspecto muito importante de nossa convivência com os objetos. Partindo de estudos antecessores, em especial o do historiador Fernand Braudel, Tim Dant (2006) destaca o quanto as relações sociais são atravessadas pelas “coisas” ou mesmo pelas “tecnologias” e a importância que isso tem para a compreensão do homem e suas relações sociais no contexto do que ele chama de “modernidade tardia”. Para o autor, “a materialidade de uma cultura impacta sobre a materialidade das pessoas e é a sua concretização que questionamos; o capital material incorporado de objetos é realizado através de seu relacionamento com os corpos”⁹³ (DANT, 2006, p. 17). A partir dessa afirmação, cabe apontarmos aqui a forma como o corpo em si é fundamental nas relações com essa cultura material que estamos estudando. O autor discute então o conceito de “interação material”, que propõe reconhecer o corpo sempre como veículo primeiro das nossas experiências com o mundo e da nossa relação com outras pessoas e objetos. Ele propõe a seguinte definição para o termo:

Interação material é a reunião da materialidade dos corpos das pessoas, incluindo a mente e imaginação que fazem parte desses corpos, com a materialidade dos objetos, incluindo as qualidades e capacidades que foram concebidos e construídos pelas ações combinadas e coletivas de uma série de outras pessoas (DANT, 2006, p. 17)⁹⁴.

A partir do proposto por Dant (2006), podemos considerar então como o corpo jovem lida com a própria cultura material desse jovem quando se relaciona com os objetos que coloca dentro de seu quarto. É a partir de seu próprio corpo que ele vai estabelecer essa relação. Ele vai olhar para esse objeto, pegar, abraçar, sentir o cheiro quando for o caso. Esse relacionamento entre materialidades (do corpo do

⁹³ Do original: “*The materiality of a culture impacts on the materiality of people and it is their embodiment that is at issue; the embedded material capital of objects is realized through its relationship with bodies*”. Tradução livre.

⁹⁴ Do original: “*Material interaction is the meeting of the materiality of peoples’ bodies, including the mind and imagination that are part of those bodies, with the materiality of objects, including the qualities and capacities that have been designed and built in by the combined and collective actions of a series of other people*”. Tradução livre.

jovem e dos seus objetos preferidos) funcionará como ponto de partida para relações outras, como as simbólicas, por exemplo. A partir dessa materialidade, ele vai acessar os significados atribuídos e agregados como vimos com McCracken (2003). Enquanto podemos sentir que experimentamos a existência através da mente e imaginação, o corpo é sempre o veículo desta experiência e nosso compromisso com outra pessoa e outros objetos é sempre mediado pelo corpo. É também através desses corpos que se dará a experimentação, convivência e relacionamento com a tecnologia e seus mais diversos dispositivos.

Dant (2006) propõe também uma reflexão sobre a “civilização material”, considerando que as mudanças nas materialidades ao longo dos tempos moldam as gerações e a forma como elas se sentem, experienciam e se relacionam com o mundo. Considerando que materiais e objetos são projetados a partir de uma demanda humana e social e que há muito mais coisas do que humanos no mundo, compreender esses objetos, a “civilização material” em que vivemos, é compreender a nossa sociedade, ou seja, somente ao observarmos a materialidade podemos verdadeiramente enxergar as mudanças sociais. O autor revisita a obra *O processo civilizador* de Norbert Elias (2011), em que ele analisa como elementos como talheres, louças, guardanapos, camas e até mesmo portas internas apontam uma mudança profunda de hábitos, costumes e modos de viver que mudaram a civilização ocidental e moldaram a forma como se vive na contemporaneidade.

Elias (2011) estuda o processo de socialização – e de mudanças nessa socialização – ao longo dos tempos, mostrando que muitos hábitos e costumes hoje considerados como “dados” são na verdade processos culturais, que foram aprendidos e “internalizados”. O autor analisa o tratado *Da civilidade em crianças*, escrito por Erasmo de Rotterdam, em 1530, e que traz o conceito de civilidade ao tratar do comportamento das pessoas em sociedade. A partir daí, aponta a relação entre relações sociais e mudanças sociais e vai trabalhar com a ideia de “processo civilizador”, que nunca para:

A ‘civilização’ que estamos acostumados a considerar como uma posse que aparentemente nos chega pronta e acabada, sem que perguntemos como viemos a possuí-la, é um processo ou parte de um processo em que nós mesmos estamos envolvidos. Todas as características distintivas que lhe atribuímos – a existência de maquinaria, descobertas científicas, formas de Estado, ou o que quer que seja – atestam a existência de uma estrutura particular de relações humanas, de uma estrutura social peculiar, e de correspondentes formais de comportamento (ELIAS, 2011, p. 73).

O processo civilizador está relacionado também com o aprendizado de técnicas de controle do corpo. Trata-se da aquisição de autocontrole no que tange às emoções e impulsos naturais do corpo, visando à adequação para uma convivência social apropriada. Elias vai analisar, então, a inserção de importantes objetos na vida social e que vão se constituir como parte da materialidade da civilização. Alguns dos casos analisados pelo autor são do uso do garfo e da faca, em um contexto em que até então a comida era levada à boca com as próprias mãos. Como exemplo, o garfo reflete mudanças na personalidade humana e sua adequação às novas estruturas sociais:

Mais cinco séculos se passariam antes que a estrutura das relações humanas mudasse o suficiente para que o uso desse utensílio atendesse a uma necessidade mais geral. Do século XVI em diante, pelo menos nas classes altas, o garfo passou a ser usado como utensílio para comer, chegando através da Itália primeiramente à França e, em seguida, à Inglaterra e Alemanha, depois de ter servido durante algum tempo apenas para retirar alimentos sólidos da travessa. Henrique III introduziu-o na França, trazendo-o provavelmente de Veneza. Seus cortesãos não foram pouco ridicularizados por essa maneira “afetada” de comer e, no princípio, não eram muito hábeis no uso do utensílio: pelo menos se dizia que metade da comida caía do garfo no caminho do prato à boca. Em data tão recente como o século XVII, o garfo era ainda basicamente artigo de luxo da classe alta, geralmente feito de prata ou ouro. O que achamos inteiramente natural, porque fomos adaptados e condicionados a esse padrão social desde a mais tenra infância, teve, no início, que ser lenta e laboriosamente adquirido e desenvolvido pela sociedade como um todo. Isto não se aplica menos a uma coisa pequena e aparentemente insignificante como um garfo do que as formas de comportamento que nos parecem mais importantes (ELIAS, 2011, p. 78).

Como Elias observa e descreve com os objetos, pode ser observado também com obras arquitetônicas e construções. A polêmica construção de um banheiro público feminino em Londres, no cruzamento da Park Street com Camden Righ Street, por volta dos anos 1900, ilustra como tal obra gerou discussões e reflete mudanças de costume da época, como analisado por Barbara Penner (2009). A partir da exposição de uma série de argumentos a favor da construção, mas também de uma série de argumentos contrários, a proposta da autora é fornecer um relato detalhado de como a decisão de construir um objeto cotidiano tal como um lavatório público para mulheres estava implicado na produção, manutenção e contestação da estrutura de poder patriarcal. Penner afirma que um lavatório não é simplesmente uma resposta tecnológica a uma necessidade física, mas um produto cultural moldado por discursos complexos e muitas vezes concorrentes sobre o corpo, sexualidade, moralidade e higiene. Em outras palavras, o planejamento das

conveniências é influenciado por um conjunto de noções historicamente e culturalmente específicas que são carregadas em termos de gênero e de classe. Espaços cotidianos como banheiros públicos não refletem passivamente as relações e identidades sociais existentes, mas estão envolvidos, tal qual os quartos juvenis que analisamos, em sua produção e reprodução:

(...) Os usuários não possuem uma resposta universal aos espaços, mas os vivenciam de forma diferente de acordo com fatores como sexualidade, gênero, raça, classe e idade. Os encontros diários com o ambiente construído posicionam continuamente as pessoas em relação à estrutura de poder dominante, impondo e reforçando suas diferenças (...). Embora as relações de poder operem mais claramente no espaço cotidiano por meio de barreiras físicas e várias formas de exclusão, como veremos, elas também podem funcionar de maneira mais sutil, criando barreiras invisíveis que moldam a experiência em formas igualmente poderosas (PENNER, 2009, p. 371)⁹⁵.

A autora destaca que, por sua própria natureza, o debate sobre a construção do banheiro contestou noções de privacidade, decência e feminilidade, conceitos que não são estáveis, mas abertos à redefinição dentro de certos limites historicamente específicos. Se aceitarmos o papel do espaço cotidiano na formação da experiência pessoal e coletiva, a luta pela construção, localização e visibilidade do lavatório da Park Street não parece marginal ou sem importância. Em vez disso, Penner vê tal debate como sendo necessariamente política, invocando questões como acesso e mobilidade, bem como relações sociais e subjetividades.

Para além das obras públicas, como a que acabamos de ver, o espaço doméstico assume caráter ainda mais relevante quando se trata das apropriações e usos que são feitas pelos moradores. Como aponta, Miller (2001):

Em sociedades industrializadas, aquilo que é mais importante para as pessoas acontece dentro da esfera privada, atrás de portas fechadas. A própria casa tornou-se local de relacionamento e solidão: onde as pessoas têm seus mais vastos encontros com o mundo por meio da televisão e da internet, mas também onde refletem sobre si e se encaram longe dos outros. Por isso, é provável que estejam prestando cada vez mais atenção à relação com a própria casa, sua estrutura, sua decoração, sua mobília e a disposição de objetos que preenchem seu espaço, e também que lhe estejam impondo sua ação e, por vezes, sua impotência. A cultura

⁹⁵ Do original: “... Users do not have a universal response to spaces but experience them differently according to factors such as their sexuality, gender, race, class and age. Daily encounters with the built environment continually position people in relation to the dominant power structure, enforcing and reinforcing their differences... While power relations most obviously operate in everyday space through physical barriers and various forms of exclusion, as we will see, they can also work more subtly, creating invisible boundaries that shape experience in equally powerful ways”. Tradução livre.

material da nossa casa é tanto nossa apropriação do mundo quanto a representação desse mundo dentro do nosso domínio privado (MILLER, 2001, p.1)⁹⁶.

No contexto dessa pesquisa, portanto, para além dos objetos, consideramos o próprio quarto, em sua forma e concretude, suas características arquitetônicas, como materialidade específica que se faz presente. Cabe então discutir o quarto, para além dos objetos que o compõem e dos usos que dele se faz. Miller (2013) afirma que temos muito mais controle sobre objetos do que sobre nossa moradia, que é muito mais cara e difícil de ser alterada. Outro aspecto importante, aponta ele, é que a pessoa é transitória em relação à casa, muitos moraram ali antes, muitos morarão ali depois. Sendo assim, afirma: “Embora as pessoas sejam construídas por seu mundo material, com frequência não são elas os agentes por trás desse mundo material no qual têm de viver” (MILLER, 2013, p. 127). Esse ponto pôde ser analisado na observação que fizemos dos jovens em seus quartos. Há uma aceitação com relação às características físicas e arquitetônicas desse quarto, muitas vezes considerado pequeno, mas que são aspectos que não se considera que podem ser mudados. Há uma certa aceitação e resiliência com relação a isso:

Esse daqui é o meu quarto, como vocês puderam ver ele não é muito grande, pelo contrário, ele é bem pequeno. Mas eu gosto muito dele, eu me sinto muito bem aqui dentro⁹⁷.

É um mini quarto, mas eu amo ele... Tenho que agradecer porque pelo menos eu tenho um quarto, né? E eu sou muito feliz com meu quarto, eu amo meu quarto. Por mais que ele seja muito pequeno, eu acho ele muito aconchegante⁹⁸.

Enfim, gente, esse é meu quartinho. É pequenininho, é bem normalzinho, mas eu gosto muito dele!⁹⁹.

⁹⁶ Do original: “*In industrialized societies, most of what matters to people is happening behind the closed doors of the private sphere. The home itself has become the site of their relationships and their loneliness: the site of their broadest encounters with the world through television and the Internet, but also the place where they reflect upon and face up to themselves away from others. For this reason it is likely that people are paying increasing attention to their relationship to their own home, to its structure, its decoration, its furnishing and the arrays of objects that fill its spaces, and that they reflect back on it their agency and sometimes their impotence. It is the material culture within our home that appears as both our appropriation of the larger world and often as the representation of that world within our private domain*”. Tradução livre.

⁹⁷ Informações disponíveis em <https://www.youtube.com/watch?v=MV3DkqL5bFI>. Acesso em: 8 jan. 2021.

⁹⁸ Informações disponíveis em <https://www.youtube.com/watch?v=tknAGOEHRKU>. Acesso em: 8 jan. 2021.

⁹⁹ Informações disponíveis em <https://www.youtube.com/watch?v=8UdmKrSZAD0>. Acesso em: 8 jan. 2021.

Como vocês podem ver o meu quarto não é tão grande, né, mas enfim é quarto de apartamento *né* gente, então não é muito grande mesmo, mas eu gosto bastante dele, ele *tá* a minha cara¹⁰⁰.

Gente, meu quarto não é grande, *tá*, ele é bem pequenininho, mas *tá* do jeito que eu queria¹⁰¹.

Pelas declarações acima, pode-se observar que há um reconhecimento de que o quarto é pequeno, mas uma boa aceitação do fato. Esse tamanho pequeno do quarto não impede que ele seja aconchegante, que seja a “minha cara” ou que “eu gosto muito dele”. Outro fator que se impõe e sobre o qual a aceitação é menor, diz respeito ao compartilhamento do quarto, na imensa maioria das vezes visto como algo muito negativo. Considera-se difícil ter que dividi-lo com alguém, a saber, na grande maioria das vezes, um irmão ou irmã. Em nossa pesquisa, considerando as 161 matérias do site *Capricho* que analisamos, nenhuma se tratava de um quarto compartilhado e dos 92 vídeos analisados de *tour* pelo quarto disponíveis no *Youtube*, apenas em seis deles os quartos eram compartilhados. Ainda assim, em dois deles, a parte dos irmãos é completamente apagada, não se mostra nada deles. Não se considera a parte do outro, os objetos do outro (incluindo aí os mais diversos artigos, inclusive a cama) como sendo parte do quarto. Esse outro é apagado e silenciado. Essa questão pode apontar para um menor senso de propriedade desse quarto e até mesmo um menor orgulho em mostrá-lo para o público. Podemos supor a existência de uma enormidade de quartos de jovens divididos com seus irmãos e ou quaisquer outras pessoas da família, mas o fato parece ser um desmotivador para exibí-lo nas redes sociais. Para além disso, são muitos os comentários dos espectadores se queixando sobre quartos compartilhados (Figuras 24, 25, 26 e 27):

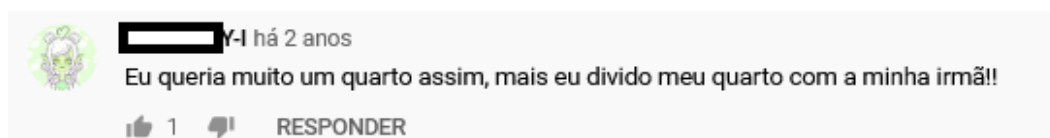


Figura 24 – Comentário feito por internauta em vídeo de *tour* pelo quarto.

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=-9nuUp77jiU>. Acesso em: 4 jan. 2021.

¹⁰⁰ Informações disponíveis em https://www.youtube.com/watch?v=zPTIdrTf_kQ&t=127s. Acesso em: 8 jan. 2021.

¹⁰¹ Informações disponíveis em <https://www.youtube.com/watch?v=yeaOACcosZU>. Acesso em: 8 jan. 2021.

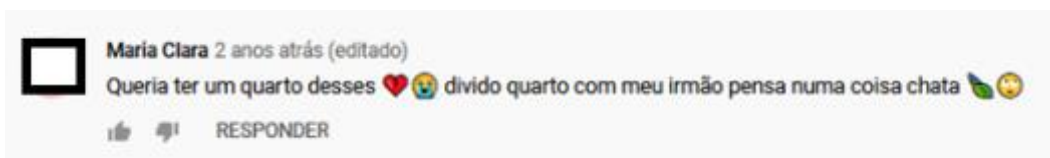


Figura 25 – Comentário feito por internauta em vídeo de *tour* pelo quarto.

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=zXjsNnq6DSs>. Acesso em: 4 jan. 2021.



Figura 26 – Comentário feito por internauta em vídeo de *tour* pelo quarto.

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=4Eqj66Bv5Vg>. Acesso em: 4 jan. 2021.



Figura 27 – Comentário feito por internauta em vídeo de *tour* pelo quarto.

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=qTz0IG96QwI>. Acesso em: 4 jan. 2021.

Lincoln (2012) aponta que: “Muitos jovens dividem o quarto com os irmãos, mas frequentemente, mesmo nessas circunstâncias, o canto do quarto que lhes cabe é demarcado como sua propriedade e regulamentado como tal” (LINCOLN, 2012, p.1-2)¹⁰². De acordo com a autora:

Dividir o quarto evidencia, portanto, alguns problemas com os quais não precisamos nos preocupar quando o adolescente tem seu próprio espaço. O fato de compartilhar o quarto, principalmente com irmãos mais novos, pode ser frustrante e difícil, e muitas vezes há um desejo maior de estabelecer ‘lados’ no cômodo como tentativa de demarcação visual do território. Com o uso de livros, roupas e móveis, pode-se criar um sentimento de espaço e propriedade. Assim, apesar de o quarto ser um espaço em comum, os ‘dois lados’ tornam-se extremamente importantes e cruzar de um lado para o outro requer certa ‘coragem’ (LINCOLN, 2012, p. 87)¹⁰³.

¹⁰² Do original: “Many young people share a bedroom with their siblings but often, even in these circumstances, the corner of the room that they occupy is marked out as their own and is regulated as such”. Tradução livre.

¹⁰³ Do original: “Sharing a bedroom, then, does highlight some of the issues that can be taken for granted when a teenager has their own space. Sharing bedrooms, particularly with younger siblings, can be frustrating and difficult and often there is an increased desire to demarcate ‘sides’ in the room in an attempt to visually ‘mark out’ one’s territory. Through the use of materials such as books, clothes as well as furniture, a sense of space and ownership is achieved. And despite the fact that the bedroom is a shared space, the ‘two sides’ become immensely important and the crossing from one side to another is at one’s ‘own risk’”. Tradução livre.

Essas marcações visuais podem ser observadas nas imagens do quarto abaixo, dividido pela jovem que grava o vídeo, com seu irmão. A cama do irmão, assim como a área em torno dela, é simples, “clean”, em oposição ao espaço da irmã, colorido, com pôsteres na parede e almofadas e bichos de pelúcia em cima da cama (Figuras 28 e 29).

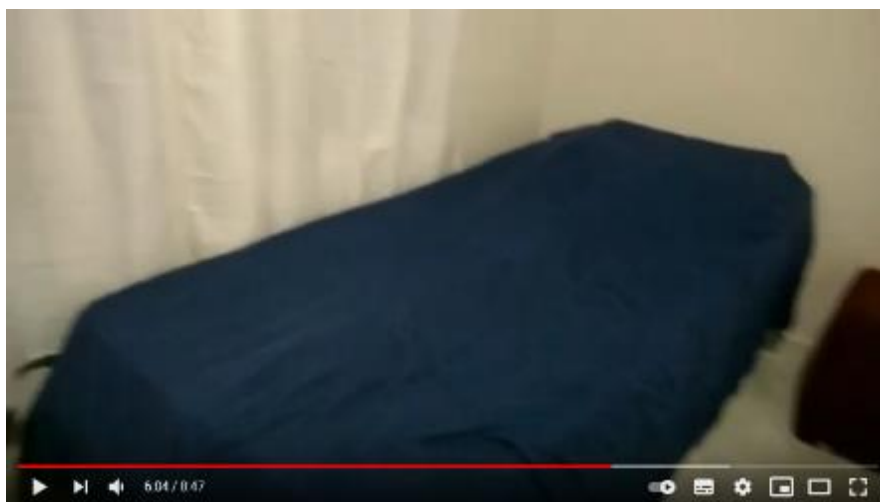


Figura 28 – Cama e espaço do quarto considerados do irmão

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=E3MBp0XQsgI>. Acesso em: 9 jan. 2021.



Figura 29 – Cama e espaço do quarto considerados da irmã.

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=E3MBp0XQsgI>. Acesso em: 9 jan. 2021.

Se o espaço físico do quarto se impõe sobre esse jovem e não é simples que modificações sejam feitas nele, tem-se então, mais uma vez, a valorização dos objetos como artigos que podem ser trocados, alterados e customizados de acordo com as subjetividades de cada um. É preciso considerar ainda que para além dos

significados que esses objetos assumem individualmente, eles podem adquirir valores simbólicos outros a partir da relação que estabelecem com os demais objetos do quarto. Podemos tentar entender esse fenômeno a partir da discussão que McCracken (2003) apresenta sobre as “unidades Diderot” e o “efeito Diderot”, e que propõem que bens de consumo com certa complementaridade ganhariam certa unidade e “andariam juntos”. O autor defende haver uma correspondência entre as categorias culturais e os bens de consumo, assim como que todas as categorias de produto devem corresponder umas às outras. Os significados dos bens, que aqui estamos discutindo, estariam interligados a outros bens:

O significado de um bem é melhor (e, em alguns casos, somente) comunicado quando este bem é cercado pela complementaridade de outros bens que carregam a mesma significação. Dentro dessa complementaridade, há redundância suficiente para permitir ao observador identificar o significado do bem. Em outras palavras, as propriedades simbólicas da cultura material são tais que as coisas devem significar juntas se pretendem significar de modo absoluto (MCCRACKEN, 2003, p. 154).

Ou seja, os objetos que encontramos nos quartos analisados apresentam significação própria, mas reforçam essa significação ao estarem relacionados a outros bens, complementares, igualmente ali expostos. Juntos, esses bens assumem uma cadeia de significados mais forte. O bem e o conjunto de bens comunicam ao próprio indivíduo que os possui seus valores, de certa forma estabilizando sua identidade, refletindo esse processo subjetivo. Ao mesmo tempo, comunica aos demais esses valores, como uma cadeia coerente de significados que juntos dizem sobre seus estilos de vida, suas preferências, sobre si próprios. Juntos esses bens apresentam uma afinidade e complementaridade simbólicas que lhes confere maior consistência.

O efeito Diderot funcionaria como uma força que estimula uma certa coerência no que tange aos bens de consumo do indivíduo: “Para propósitos formais, o efeito Diderot pode ser definido como ‘uma força que estimula o indivíduo a manter uma consistência cultural em sua complementaridade de bens de consumo’” (MCCRACKEN, 2003, p. 157). Nesse sentido, o efeito Diderot oferece um direcionamento, funcionando como uma bússola que vai guiar o jovem na compra dos próximos itens de seu quarto, suportando assim, mais uma vez, seu processo de constituição identitária.

4.2. Ritos de passagem e memória nos quartos juvenis

Se, como vimos, o quarto é o espaço da individualidade e onde prioritariamente se dá o processo de reflexividade e de constituição de identidades juvenis, e se esse espaço é quase sempre considerado como ainda em construção, não finalizado, não concluído, é porque ele vai registrar e refletir as mudanças pelas quais passam os jovens, em seu gradativo processo de ganho de autonomia e independência para a vida adulta. Como discutimos no capítulo 2, os ritos de passagem são parte constitutiva do “ser jovem” e, na contemporaneidade, muitas vezes esses ritos se dão pelo consumo, por meio dos “marcadores sociais”, como demonstramos a partir de Douglas (DOUGLAS & ISHERWOOD, 2013). Ter um quarto próprio a ser gerido com alguma autonomia pelo jovem, já é, em si, um rito de passagem, de acordo com Lincoln:

O ato de ‘se apropriar do quarto’ é crucial para qualquer jovem no desenvolvimento e desenrolar de sua biografia, principalmente porque ter seu próprio espaço e desfrutar de um sentimento de posse e controle sobre ele (por exemplo, regulando quem pode e quem não pode entrar) é um rito que se assemelha a um movimento em direção à independência (LINCOLN, 2012, p. 118)¹⁰⁴.

Considerando, portanto, que “objetos e itens funcionam para ‘historicizar’ o espaço” (LINCOLN, 2012, p. 118)¹⁰⁵, observamos nos quartos analisados que normalmente não são feitas mudanças radicais; o mais comum é um processo constante de mudanças em que itens são preservados enquanto outros perdem espaço para novos objetos que são incorporados. Observar como os brinquedos – símbolos da infância - são movimentados dentro dos quartos nos ajuda a ilustrar e compreender essa questão.

Em nossa análise, constatamos que os jovens mais novos, recém considerados adolescentes, na maioria das vezes, possuem muitos brinquedos expostos em seus quartos, como é o caso de Vitória Akemi, de 11 anos (Figuras 30, 31 e 32).

¹⁰⁴ Do original: “*This act of ‘making the room one’s own’ is crucial for any young person in the development and unfolding of their biographies, mainly because the act of a young person having their own space and enjoying a sense of ownership and control over that space (for example regulating who is allowed in and who is not) is a rite that resembles a move towards independence*”. Tradução livre.

¹⁰⁵ Do original: “*Objects and items work to ‘historicise’ space*”. Tradução livre.



Figura 30 – Bichinhos de pelúcia expostos em uma prateleira.

Fonte: https://www.youtube.com/watch?v=Wkd81QaFZ_4. Acesso em: 9 jan. 2021.



Figura 31 – Nicho com bonecas em exposição no quarto.

Fonte: https://www.youtube.com/watch?v=Wkd81QaFZ_4. Acesso em: 9 jan. 2021.



Figura 32 – Nicho com coleção de princesas *Disney* e outros brinquedos.

Fonte: https://www.youtube.com/watch?v=Wkd81QaFZ_4. Acesso em: 9 jan. 2021.

Nos quartos analisados identificamos também que muitas vezes esses brinquedos são objeto de coleção, também ela muito relacionada às crianças e aos adolescentes mais jovens. Se os quartos se configuram como um espaço que o jovem tenta controlar, a coleção seria como uma etapa anterior, que representa uma tentativa de controle da realidade por parte das crianças. Em seu *O sistema dos Objetos* (2009), Baudrillard afirma:

Com a criança é o modo mais rudimentar de domínio do mundo exterior: arranjo, classificação, manipulação. A fase ativa de colecionamento parece situar-se entre sete e doze anos, no período de latência entre a pré-puberdade e a puberdade. O gosto pela coleção tende a desaparecer com a eclosão pubertária para ressurgir algumas vezes logo depois (BAUDRILLARD, 2009, p. 95).

O autor destaca que, na coleção, os objetos são, de certa forma, destituídos de sua função, de sua utilidade, o mais importante passa a ser a forma como ele se relaciona com os demais objetos colecionados e, ainda, com esse sistema que o indivíduo tenta controlar. Em nossa pesquisa identificamos coleções de objetos os mais variados como borrachas escolares, copos, chaveiros, bolinhas de plástico, globos de neve e até embalagens de álcool gel. Além, é claro, de coleções de brinquedos, como a de Rafaela Lobo, que faz coleção de bonecas da marca *American Girl* (Figura 33).



Figura 33 – Coleção de bonecas exposta no quarto

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=B7vj6Uzb0ag>. Acesso em: 19 jan. 2021.

Com o avanço do indivíduo pela adolescência em direção à vida adulta, os brinquedos, assim como as coleções, perdem esse protagonismo dentro dos quartos. Muitos deles são doados e a maioria dos que são mantidos, aqueles considerados de alguma forma especiais, costumam ser transferidos das prateleiras para dentro de armários, maleiros e parte de cima de guarda-roupas (Figuras 34 e 35). Victor Hugo, de 15 anos, explica como se deu esse processo para ele: “Alguns brinquedos que eu resolvi deixar aqui que são os brinquedos que eu mais gostei na minha infância, sabe? Sem dúvidas o que eu mais gosto daqui é o *Max* porque eu sempre quis ter uma *Max Steel*¹⁰⁶, gente, e eu ganhei da minha tia bem no finalzinho da minha infância”¹⁰⁷. Raianne Maria, 17 anos, também conta por que ainda guarda no armário suas bonecas:

Gente, eu era a louca das *Barbies*. Alguns anos atrás, quando eu parei de brincar, a minha mãe falou ‘separa e dá né, seus brinquedos’. Mas essas daqui eu deixei guardadas porque são as minhas favoritas. As outras eu dei. Dei as minhas casinhas da *Barbie*, tinha várias casinhas tipo o cômodo separado, sabe, eu tinha carro da *Barbie*, tinha sabe aqueles balanços de parque... Eu tinha várias coisas, gente, eu dei tudo. E essas aqui são as minhas *Barbies* favoritas¹⁰⁸.

¹⁰⁶ Max Steel é uma franquia de bonecos de ação criada e produzida pela empresa de brinquedos Mattel.

¹⁰⁷ Dados disponíveis em: <https://www.youtube.com/watch?v=MV3DkqL5bFI>. Acesso em: 17 jan. 2021.

¹⁰⁸ Dados disponíveis em: <https://www.youtube.com/watch?v=t5WS-7LZego>. Acesso em: 17 jan. 2021.



Figura 34 – Brinquedos em cima do guarda-roupa.

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=7rlcRtzBec4>. Acesso em: 19 jan. 2021.



Figura 35 – Brinquedos guardados dentro do armário.

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=XOUE3mLFJmc>. Acesso em: 19 jan. 2021.

Ao observar característica similar a essa nos quartos de sua pesquisa, Lincoln (2012) afirma que esse processo de seleção pelo qual passam os brinquedos, em vez da remoção total deles, aponta para essa característica da adolescência de ser intermediária – entre a infância e a vida adulta. Esse é também um processo intermediário dos brinquedos: alguns foram removidos, alguns

permanecem – normalmente aqueles que possuem maior valor simbólico -, mas ainda assim, não há mais brincadeira ou interação com eles (p. 114).

Se os brinquedos passam, então, a ser removidos dos quartos, ou guardados em locais mais escondidos, o que entra em seu lugar? Pelo que observamos em nossa pesquisa, parecem ganhar destaque as escrivaninhas e penteadeiras, essas últimas, exclusivamente em quartos femininos. As escrivaninhas, explicam os jovens, assumem normalmente uma dupla função. Servem como mesa de estudos, com vários lápis, canetas, *post-its*, blocos e cadernos à disposição, e com os livros e material da escola guardados em suas gavetas. Considerando que, como vimos, muitos desses jovens gravam vídeos para o *Youtube* com alguma frequência, é na escrivaninha também que eles contam trabalhar na edição de seus vídeos (Figuras 36, 37 e 38).

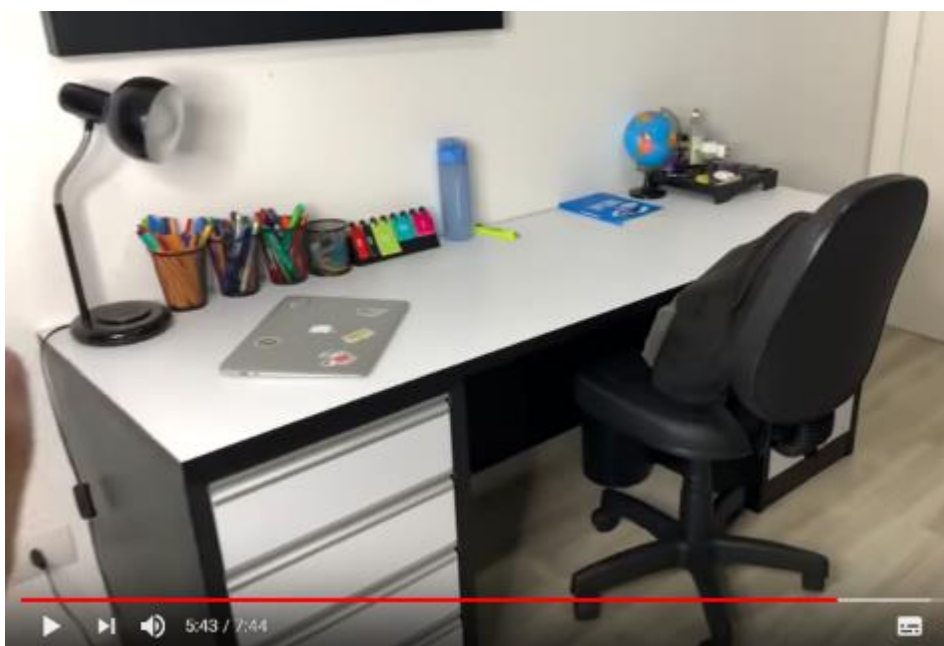


Figura 36 – Escrivaninha do quarto de Lucas Bravo, mostrada em seu vídeo de tour pelo quarto.

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=5hrw3FrO0ok>. Acesso em: 19 jan. 2021.



Figura 37 – Escrivadinha do quarto de Hérica Gabrielli. Sobre o móvel, ela afirma: “Aqui é literalmente minha escrevinha, onde eu estudo, onde meu irmão estuda, onde eu preparo as coisas do blog”

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=Y6OH0oJhG6k>. Acesso em: 19 jan. 2021.



Figura 38 – Escrivadinha do quarto de Camille Queiroz Aguiar, que conta: “A primeira coisa que você vê é a minha escrevinha, onde eu passo a maior parte do meu tempo editando vídeos”.

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=D-d9YkxSfHI>. Acesso em: 19 jan. 2021.

A escrevinha simboliza certo grau de responsabilidade já assumido por esses jovens. De modo geral, quanto mais o jovem avança em sua escolaridade, mais tempo e volume de estudo se espera dele mesmo no tempo em que não está na escola. Na faixa social que estamos aqui analisando, como já explicitado, muitos

desses jovens vão se preparar para realizar processos seletivos que possibilitem seu ingresso em um curso de graduação. A saída da escola regular em direção à faculdade é também um rito de passagem dessa juventude, simbolizado nos quartos, entre outras coisas, pela escrivaninha. O uso desse espaço de estudo também para o trabalho, na maioria dos casos aqui envolvendo a edição de vídeos, aponta para mais um marco associado predominantemente à vida adulta, e assim também mais um rito de passagem, reforçando essa condição de transitoriedade da adolescência.

As penteadeiras também assumem papel importante dentro dos quartos femininos. O móvel costuma ser acompanhado por um espelho fixado na parede, rodeado muitas vezes por lâmpadas, simulando a iluminação característica dos camarins de artistas. Nas gavetas e nas bancadas dessas penteadeiras, muitos e muitos itens de maquiagem são organizados (Figuras 39, 40 e 41). O interesse pelo móvel e pelas maquiagens é tamanho que há uma enormidade de vídeos no *Youtube* chamados de “*tour pela penteadeira*”, nos quais as jovens mostram detalhadamente e cuidadosamente cada um desses seus produtos de beleza. O uso de maquiagem pelas garotas pode também ser considerado um rito de passagem, quando as maquiagens feitas de brincadeira quando criança, dão espaço a *makes* mais tradicionais, “mais adultas”, indicando uma preocupação com a autoimagem, com a aparência, e com a forma como essas jovens se apresentam nos mais diferentes espaços que frequenta. A automaquiagem, de certa forma, se transformou em sinal de prestígio, algo distintivo entre as adolescentes.



Figura 39 – Raianne Maria mostra sua penteadeira.

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=t5WS-7LZego>. Acesso em: 19 jan. 2021.



Figura 40 – Duda Guedes mostra sua grande quantidade de maquiagens.

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=grfCvKQZ1rA>. Acesso em: 19 jan. 2021.

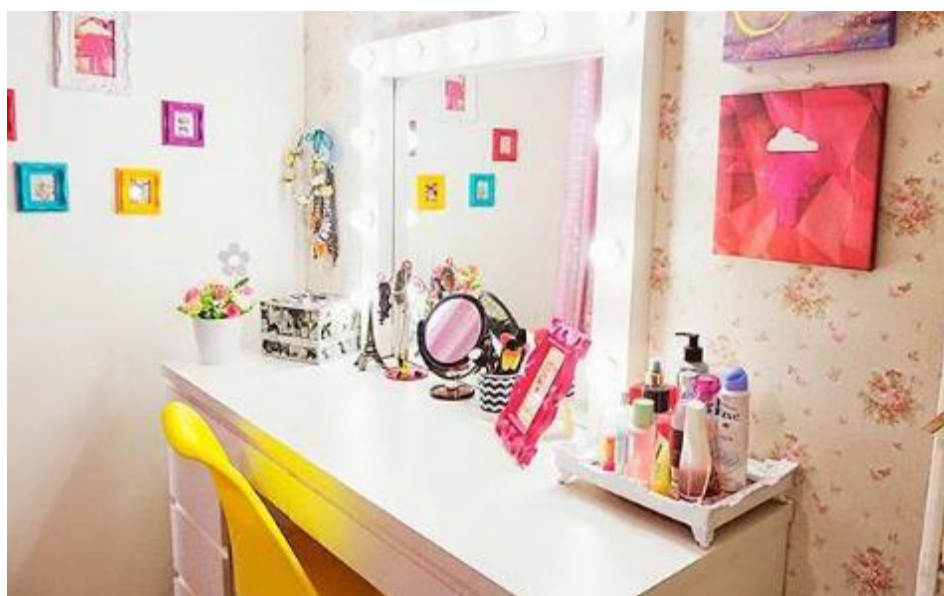


Figura 41 – Ellen Medeiros conta que sua penteadeira é a realização de um sonho: “Bom, primeiro eu comecei a procurar vários estilos de penteadeiras. Busquei várias inspirações e olhei muitos quartos famosos e cantinhos publicados aqui mesmo no It Quarto. Procurei no Pinterest muitas referências de DIY e de quartos de blogueiras para poder montar uma composição que combinasse comigo”. E continua: “Bom, eu não achava a penteadeira de jeito nenhum, e eu queria algo bastante específico. Para mandar fazer um móvel planejado, estava custando cerca de R\$ 2 mil. Muito caro, né? Então, eu mesma busquei umas fotos no Google, tirei as medidas do meu quarto e levei todos os dados para um marceneiro, que entendeu tudo direitinho (inclusive meu desenho!) e me cobrou menos de R\$ 1 mil pela penteadeira”.

Fonte: <https://capricho.abril.com.br/comportamento/it-quarto-o-sonho-da-penteadeira-camarim-de-ellen-medeiros/>. Acesso em: 19 jan. 2021.

Para além da escrivaninha e da penteadeira que, como vimos, podem ser consideradas “marcadores sociais” que refletem ritos de passagem contemporâneos, há também outros itens e objetos que assumem essa função. Um exemplo são os cartazes e ingressos de shows e festas aos quais os jovens apenas recentemente foram autorizados a acessar e que são recordações dessas conquistas. Há vezes em que, para além dos objetos, essas mudanças vão se refletir na estética mais geral do quarto quando, por exemplo, a cor rosa preferida da infância cede espaço para cores mais neutras como o branco, o preto e o cinza, ou quando os muitos brinquedos acumulados, no sentido de “quanto mais, melhor” saem de cena para uma ambientação mais *clean*, focada em poucos, mas bons e significativos objetos (Figuras 42 e 43).

It quarto: Izabela Elysa repaginou o cômodo e tirou o ar infantil que ele ainda tinha

A Iza é *belieber*, mas usou a frase queridinha do Zac Efron para pautar a decoração do quarto. Afinal, 'you only live once', né?

POR ISABELLA OTTO ATUALIZADO EM 17 AGO 2016, 16:04 - PUBLICADO EM 23 ABR 2015, 15:10

A Izabela Elysa, moradora de Santa Luzia (MG), completou 18 anos na última quarta-feira, dia 22, e adivinha qual foi o presente dela? Sim, sair aqui no blog **It Quarto** da **CAPRICHÔ**! É claro que ela ganhou outros presentes também, mas eles ainda estão guardadinhos no quarto, que, depois de muitos anos com aquela “cara de criança”, ganhou uma repaginada.

Figura 42 – Matéria da Capricho mostra como jovem reformulou seu quarto, de modo a apresentar uma estética menos infantil.

Fonte: <https://capricho.abril.com.br/comportamento/it-quarto-izabela-elysa-repaginou-o-comodo-e-tirou-o-ar-infantil-que-ele-ainda-tinha/>. Acesso em: 19 jan. 2021.

It quarto: Mari Mendes entrou na faculdade e decidiu dar adeus à decoração rosinha

Para marcar a nova fase da vida, a estudante de Relações Públicas decidiu que o quarto precisava ser mais adulto.

POR ISABELLA OTTO ATUALIZADO EM 17 AGO 2016, 15:07 - PUBLICADO EM 14 JAN 2015, 13:00

Mari Mendes está com 19 anos, prestes a completar 20. Há dois anos, em 2014, a paulistana passou no vestibular de Relações Públicas e achou que estava na hora de mudar a decoração do quarto, para marcar essa nova fase. “Entrei na facul e achei o cúmulo de deixar meu quarto com bichinhos e ursinhos de pelúcia”, diverte-se a estudante, que conta como foi a transformação.

Figura 43 – Entrada na faculdade motivou mudança no quarto de Mari Mendes.

Fonte: <https://capricho.abril.com.br/comportamento/it-quarto-mari-mendes-entrou-na-faculdade-e-decidiu-dar-adeus-a-decoracao-rosinha/>. Acesso em: 19 jan. 2021.

Retomando aqui a discussão de McCracken (2003) sobre as unidades e o efeito Diderot, temos também que, como consequência dessa dinâmica, um objeto dissonante pode transformar totalmente o ambiente, o que também favoreceria as mudanças advindas dos ritos de passagem. Se o jovem compra ou ganha um objeto que seja diferente da unidade Diderot que predomina, mas esse item lhe confere um novo *status* em sua experiência juvenil, outros objetos podem ser chamados a acompanhá-lo, de modo a construir uma nova identidade.

Em seus estudos, Lincoln (2012) argumenta que os ritos de passagem que podemos observar a partir dos quartos juvenis estão relacionados a um maior acesso e trânsito a espaços públicos, ou seja, o acesso do jovem ao espaço público interfere em seu quarto: seja quando ele precisa de um local apropriado para estudar para o vestibular ou algum outro exame importante, seja quando a jovem se arruma e se maquia para ir a uma festa, seja quando vai a um show ou evento e traz de lá algo para guardar de recordação. De acordo com Lincoln:

À medida que um jovem atravessa a adolescência e entra na casa dos 20, a negociação entre o espaço público e o privado torna-se cada vez mais significativa. De diversas maneiras, os espaços mudam de ambientes em evolução, integrais, privados e pessoais para ambientes que conectam o público e o privado, muitas vezes oscilando entre os dois. A disposição visual do espaço privado também se torna mais significativa com a transição de idade, especialmente para os jovens que estão estudando para provas importantes. Elas são um ‘elo’ crucial na transição da escola para a universidade, o trabalho e, por fim, a vida pública. Preparar-se para as provas pode fazer com que um jovem reconsidere o papel, a finalidade e o uso do espaço privado, tendo em vista que esse momento é frequentemente turbulento e cheio de ansiedade (LINCOLN, 2012, p. 130)¹⁰⁹.

Temos que o que acontece dentro dos quartos, espaço privado juvenil por excelência, não se dá de forma isolada. Esse espaço está em constante diálogo com os usos e relações que esses jovens estabelecem com os espaços públicos. Da mesma forma, as subjetividades ali elaboradas estão informadas, orientadas e tantas vezes se estabelecem em oposição às forças de mercado. Essa tensão se dá o tempo todo e se reflete nos objetos colocados dentro do quarto. Os jovens atribuem

¹⁰⁹ Do original: “As a young person moves through their teens towards their twenties the negotiation of both public and private space becomes more and more significant. In many ways space shifts from being an evolving, integral, private and personal identity space to one that bridges the public and the private, and which often oscillates between the two. The visual arrangement of private space can also become more significant in terms of transitions, particularly in relation to young people who are working towards important exams. Taking exams is a crucial ‘link’ in the transition from school to college, university or work, and ultimately to public life. To this end, preparing for exams can lead to a young person reconsidering the role, purpose and use of private space as these are often turbulent and anxious times”. Tradução livre.

significados aos objetos de forma ativa e dinâmica e, de acordo com Lincoln, “Os objetos tornam-se parte da ‘tapeçaria’ da história cultural emergente e em constante evolução dos jovens; eles estão entrelaçados” (LINCOLN, 2012, p. 132)¹¹⁰. A autora complementa ainda que: “Os quartos, antes espaços genéricos, são trabalhados e recebem ‘camadas’ dos interesses culturais do seu ocupante, historicizando, portanto, o espaço, assim como representando biografias atuais e emergentes” (LINCOLN, 2012, p. 146)¹¹¹.

Temos, portanto, que se os quartos, a partir dos objetos que nele são expostos, escondidos, acrescentados ou excluídos, refletem essa conquista gradual de acesso ao espaço público e de ganho de autonomia e responsabilidade do jovem, eles também consistem em marcas e registros da história desse jovem. Sendo assim, cabe aqui introduzir a ideia do quarto como lugar de memória. Michael Pollak (1992) desenvolve uma rica discussão relacionando memória e identidade social, a partir da análise mais específica de histórias de vida. O autor cita Maurice Halbwachs para destacar um aspecto fundamental e de extrema importância: “a memória deve ser entendida também, ou sobretudo, como um fenômeno coletivo e social, ou seja, como um fenômeno construído coletivamente e submetido a flutuações, transformações, mudanças constantes” (POLLAK, 1992, p. 2).

Os acontecimentos vividos pessoalmente e, em segundo lugar, os acontecimentos vividos pelo grupo a que a pessoa pertence são os principais elementos constitutivos da memória. Constituem também a memória as pessoas e personagens e os lugares. O autor chama a atenção para uma estreita ligação entre memória e identidade, sendo a memória “um fator extremamente importante do sentimento de continuidade e de coerência de uma pessoa ou de um grupo em sua reconstrução de si” (POLLAK, 1992, p. 5). É fundamental ainda considerar o aspecto relacional do fenômeno, uma vez que a construção de si se dá em relação ao Outro, a como o outro me influencia, como espero que ele me veja e como ele realmente me vê:

A construção da identidade é um fenômeno que se produz em referência aos outros, em referência aos critérios de acessibilidade, de admissibilidade, de credibilidade,

¹¹⁰ Do original: “Objects become part of the ‘tapestry’ of a young person’s emerging and constantly evolving cultural history; they are intertwined”. Tradução livre.

¹¹¹ Do original: “Bedrooms, once generic spaces, are worked upon and ‘layered’ with the cultural interests of their occupants, thus historicizing the space as well representing current, emerging biographies”. Tradução livre.

e que se faz por meio da negociação direta com os outros. Vale dizer que memória e identidade podem perfeitamente ser negociadas, e não são fenômenos que devam ser compreendidos como essências de uma pessoa ou de um grupo (POLLAK, 1992, p. 5).

Para o autor, uma memória de certa forma estabilizada vai exercer um trabalho de manutenção e continuidade que é fundamental na constituição de identidades. Gilberto Velho (1994) também destaca o papel da memória na constituição de identidades, porém, para além da ligação com o passado, relaciona a memória à ideia de futuro. O autor fala em biografia, destacando que a trajetória do indivíduo, com suas experiências vividas, vai dar um sentido de singularidade e estabilidade. Por outro lado, a noção de projeto também está ligada à identidade individual. Se a memória possibilita uma retrospectiva da trajetória e da biografia, a noção de projeto prevê uma antecipação dessa trajetória e dessa biografia no futuro. Neste sentido, o projeto também depende da memória:

O projeto e a memória associam-se e articulam-se ao dar significado à vida e às ações dos indivíduos, em outros termos, à própria identidade. Ou seja, na constituição da identidade social dos indivíduos, com particular ênfase nas sociedades e segmentos individualistas, a memória e o projeto individuais são amarras fundamentais. São visões retrospectivas e prospectivas que situam o indivíduo, suas motivações, e o significado de suas ações dentro de uma conjuntura de vida, na sucessão das etapas de sua trajetória (VELHO, 1994, p. 65).

Temos, portanto, o quarto juvenil como lugar de memória, onde são guardados registros e recordações de fases anteriores da vida. Se alguns objetos têm uma história, eles são, também, registros de memória, ainda que de uma memória recente, a infância. E o que tem história também potencialmente conta a sua própria história, ou, no caso das coisas, estimulam que alguém a conte para as outras pessoas, construindo narrativas muito próprias que, por sua vez, podem contribuir para a interação social e para a reafirmação da identidade social. Além disso, o quarto juvenil é também lugar de projeto, onde se começa a estruturar, via objetos, uma história biográfica futura.

4.3. Objetos que acolhem: “homeyness” e “fachadas culturais” juvenis

Em seu importante texto *Culturas Juvenis*, de 1993, o português José Machado Pais, a partir de uma pesquisa etnográfica realizada em seu país, faz uma reflexão sobre a sociabilidade juvenil e discute o que ele denomina de “fachadas

culturais”, que são “fenômenos de comunicação” dotados de significados e que funcionariam como se fosse uma rede de proteção e cuidado para os jovens enquanto lidam com questões identitárias e de sociabilidade na adolescência. O autor afirma, dentre outras coisas, que amigos que se reúnem normalmente apresentam certa identificação entre si: “os amigos de grupo constituem o espelho da sua própria identidade, um meio através do qual fixam similitudes e diferenças em relação a outros” (PAIS, 1993, p. 94). Os grupos asseguram também certa proteção a seus integrantes, propiciando o espaço para que possam exercer suas individualidades e também “desenvolver formas genuínas de participação social” (PAIS, 1993, p. 94). Ele destaca que, ao mesmo tempo em que os grupos reforçam as subjetividades individuais de seus integrantes, se marcam por oposição aos que estão fora, ou seja, aqueles com os quais os jovens não se identificam. O autor afirma que os grupos estão associados a determinados comportamentos e apesar de não serem totalmente homogêneos, tendem a uma estabilidade:

A individualidade de cada um dos elementos é assegurada; no entanto, a participação no grupo envolve uma negociação e aceitação tácita relativamente aos hábitos do grupo, pressuposto necessário à manutenção da coesão do grupo. As relações de compromisso com o grupo tendem a subsumir divergências individuais (PAIS, 1993, p. 99).

José Machado Pais vai ressaltar ainda a importância do tempo livre para a sociabilidade dos jovens. Nesse tempo livre eles estariam menos sujeitos aos controles/vigilância externos, desfrutando de uma maior zona de autonomia que, por sua vez, vai permitir o surgimento e fortalecimento dessas culturas juvenis: “As culturas juvenis são, na sua essência, culturas de lazer” (PAIS, 1993, p.188). O que propomos aqui é que, no espaço privado de seus quartos, longe fisicamente dos amigos (ainda que conectado a eles virtualmente), seus objetos e suas coisas vão exercer esse papel de “fachadas culturais”, propiciando ao jovem uma sensação de conforto e estabilidade, uma “segurança ontológica”, como nos termos de Giddens (2002). Ao sair e bater a porta do quarto, garantindo que ninguém entre lá enquanto está fora, o jovem de certa forma garante que encontrará tudo exatamente como deixou, cada coisa em seu lugar, nenhum objeto terá sido inserido, excluído ou movido de lugar. A certeza de saber exatamente o que vai encontrar, como vai encontrar - e sendo esse um cenário que ele gosta, composto por objetos que

escolheu e que estima – traz uma sensação de conforto, segurança e acolhimento, que dificilmente encontrará em outros lugares e situações.

Para essa nossa discussão, é importante abordar aqui a análise que McCracken (2012) faz dos bens de consumo que colocamos em nossas casas e que possuem essa capacidade muito especial de acolhimento. A partir de uma etnografia realizada nos Estados Unidos com moradores em suas casas, o autor propõe a discussão do termo “*homeyness*”, que se refere a um conjunto de bens de consumo e de significados capazes de criar um ambiente doméstico acolhedor, de um “se sentir em casa” e que despertaria sensações satisfatórias nas pessoas quando estão em suas próprias casas. A “*homeyness*” ajudaria os norte-americanos a construir noções de si mesmo e de suas famílias, fixando noções de sociabilidade e de pertencimento difíceis de se alcançar na vida contemporânea. O autor explica que “O estudo examina como o ambiente doméstico serve como espaço de individualidade, santuário diante do trabalho, centro de espiritualidade, base de um conjunto de atividades, valores e empreendimentos de enorme importância na sociedade ocidental chamado ‘domesticidade’” (MCCRACKEN, 2012, p. 34). Enquanto fenômeno cultural, a “*homeyness*” estaria sempre em construção, em revisão, não se dando como um processo acabado. Assim, o autor se propõe a investigar como ela é aplicada e operada no dia a dia das pessoas: “é preciso ir além do seu significado e de sua gramática e capturar a lógica e as estratégias, as propriedades simbólicas pelas quais opera” (MCCRACKEN, 2012, p. 38).

O autor vai então analisar o que considera serem as oito propriedades simbólicas da “*homeyness*”: (1) propriedade diminutiva, capaz de dar ao ambiente uma dimensão mais dócil, poder simplificador; (2) propriedade irregular, operando contra a uniformidade, dando uma ideia de mais real, menos planejado; (3) propriedade acolhedora, com elementos que remetem a ambiente familiar, contemplando o indivíduo como parte de um todo que o suporta e protege, como a família; (4) propriedade engajadora, se refere à capacidade receptiva, da conduta individual dentro do ambiente, conduta aberta para receber as visitas com simpatia e generosidade, contempla o envolvimento à visita, o que por sua vez, fortaleceria sua relação com o morador; (5) propriedade mnemônica, tem a capacidade de personalizar as circunstâncias do ambiente, localizando-o no tempo, contemplando associações com o passado da família por meio principalmente de recordações e lembranças de sua história; (6) propriedade autêntica, que confere uma natureza

peçoal, ambientes e objetos que marcam uma história biográfica específica; (7) propriedade informal, conferindo liberdade para que o indivíduo se vista, se comporte, sem se preocupar com o cumprimento de regras e parâmetros específicos; e (8) propriedade situadora, propõe que o indivíduo de certa forma se torna parte desse ambiente *homey*, tão consolidado, que é agora capaz de moldá-lo, é quando a cultura material age sobre o indivíduo reivindicando que ele haja em conformidade com o ambiente *homey* construído. A partir desses elementos-chave da “*homeyness*”, McCracken afirma: “O efeito acumulativo dessas propriedades persuasivas pode ser muito poderoso. Elas podem situar o indivíduo no mundo como outros poucos instrumentos culturais. A *homeyness* é para muitas pessoas o adesivo que as liga à sua personalidade, família, tempo e espaço” MCCRACKEN, 2012, p. 49).

Considerando, em concordância com McCracken, que o estudo da “*homeyness*” nos permite compreender como as pessoas usam os significados em seus espaços domésticos, sendo depois elas próprias reflexos desses espaços por elas construídos, temos que: “A *homeyness* como um conjunto de ideias de decoração de interior, é também um conjunto de especificações culturais para a criação de um grupo social e um domínio cultural” (MCCRACKEN, 2012, p. 56). Trazendo essa discussão para o contexto da nossa pesquisa, considerando que a casa do jovem se consolida em seu quarto, pois é nesse ambiente que ele tem autonomia, liberdade e algum controle, pode-se dizer que as forças operantes na busca e consolidação de um espaço acolhedor e aconchegante em seus quartos, ajuda a consolidar um modo de vida próprio dos jovens, valores e modos de agir que são compartilhados e que colaboram para a constituição e reafirmação dessa mesma juventude enquanto grupo social.

Cabe observar, como aponta McCracken, que toda a discussão da “*homeyness*” pode ser considerada a partir de uma perspectiva individual:

Se, porém, passarmos da perspectiva coletiva para a individual, é possível observar a *homeyness* num modo de desempenho ainda mais dinâmico. As propriedades pragmáticas da *homeyness* fornecem aos indivíduos meios para moldar suas relações com as maiores instituições da sociedade moderna. Permite-lhes avaliar a intromissão de significados estranhos vindos do mercado, os impulsos competitivos e alienadores de uma sociedade móvel e estéticas indesejáveis da moda. A *homeyness* ajuda o indivíduo a mediar suas relações com o mundo, recusando algumas das influências e, ainda, transformando outras. Ela faz seu papel ao dar poder ao indivíduo para selecionar e recusar alguns significados culturais, para ser um consumidor crítico na cultura da sociedade de consumo. O

processo também acontece em conjunto com outros. É na criação de uma casa *homey* que o indivíduo molda sua relação com o mundo exterior. Aqui também a *homeyness* cria a base para a arquitetura das circunstâncias materiais e sociais, dessa vez do ponto de vista individual (MCCRACKEN, 2012, p. 57).

Tendo essa discussão em vista, nos propomos aqui a analisar aspectos observados em nossa análise dos vídeos de *tour* pelo quarto e nas matérias no site *Capricho* que apontam para a estratégia “*homeyness*” discutida por McCracken (2012) sendo operada pelos jovens em seus quartos, de modo que se configura como parte constituinte de seu processo identitário, assim como da identidade do grupo.

Como exemplo da propriedade diminutiva da “*homeyness*”, que trata de como o espaço vazio é preenchido e dividido, combatendo, como diz o autor “a vastidão desolada de uma parede *off-white*” (MCCRACKEN, 2012, p. 38), podemos observar a forma como os jovens preenchem cada cantinho de seu quarto. Como na fala do autor, não se veem paredes brancas, elas são como uma tela a ser trabalhada e preenchida. Assim, lança-se mão de papeis de parede com imagens e texturas específicas, nelas são pendurados quadrinhos, desenhos, placas com dizeres de autoajuda. Instalam-se nichos e prateleiras que serão ocupados por objetos cuidadosamente escolhidos, tapetes e espelhos são convocados a compor o ambiente, mesinhas são inseridas nos menores espaços e há um grande destaque para a iluminação, luzes de LED, luminárias, mas também e principalmente as luzinhas pisca-pisca, presentes na quase totalidade dos quartos analisados. Até espaços como portas de armário muitas vezes são ocupados, tanto pelo lado de fora quanto pelo de dentro. Cada pedacinho do quarto é cuidadosamente pensado e elaborado de modo que seja preenchido, o que de certa forma “diminui” o ambiente, antes vasto e branco. A propriedade diminutiva está presente nos quartos analisados, como podemos observar nas imagens a seguir (Figuras 44, 45 e 46):



Figura 44 – Cada cantinho do quarto é preenchido com móveis, texturas e objetos.
 Fonte: <https://capricho.abril.com.br/comportamento/it-quarto-o-quarto-com-estante-de-caixao-da-stephanne-sim-e-verdade/>. Acesso em: 11 jan. 2021.



Figura 45 – Propriedade diminutiva da *homeyness* pode ser observada no quarto.
 Fonte: <https://capricho.abril.com.br/comportamento/blogringch-bruna-vieira-ensina-a-fazer-um-pisca-pisca-para-o-quarto/>. Acesso em: 11 jan. 2021.



Figura 46 – A porta do quarto é coberta por desenhos e colagens.

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=RJxdRnHOzD8>. Acesso em: 11 jan. 2021.

No que tange à segunda propriedade da *homeyness*, a irregular, que valoriza a irregularidade do ambiente em detrimento da simetria, equilíbrio e uniformidade, podemos observar nos quartos juvenis a utilização de recursos que conferem ao ambiente um ar mais “real”, menos perfeito. São exemplos desses recursos a opção por papeis de parede com textura de uma obra inacabada como uma pintura por terminar, a mistura de vários elementos que em princípio não estariam relacionados entre si e o uso nos quartos, como móveis, de objetos que não foram planejados para esse fim e que dão um ar de “improvisado” ao ambiente, como o uso de um armário estudantil como mesa de cabeceira (Figuras 47, 48 e 49).



Figura 47 – Papel de parede que simula uma obra inacabada, em andamento.

Fonte: https://www.youtube.com/watch?v=GjQm_iENzG4. Acesso em: 11 jan. 2021.



Figura 48 – Uma parede de *post-its* foi improvisada para ajudar nos estudos.

Fonte: <https://capricho.abril.com.br/comportamento/it-quarto-a-parede-de-post-it-que-ajudou-barbara-fernandes-no-vestibular/>. Acesso em: 11 jan. 2021.



Figura 49 – Armário *locker* usado como mesinha de cabeceira.

Fonte: <https://capricho.abril.com.br/comportamento/inspiracao-que-tal-decorar-o-quarto-com-armarios-colegiais/>. Acesso em: 11 jan. 2021.

A terceira propriedade da *homey*, a acolhedora, por sua vez, trata de camadas englobantes e englobadoras, representadas no espaço interno, entre outras coisas, por estantes de livros, objetos pendurados e também, muito importante, os murais de fotos, ou “parede de memórias”, com denomina o autor, sendo que “essas fotografias recordam o passado e presente familiar” (MCCRACKEN, 2012, p. 41).

Esses englobamentos sucessivos acolhem o indivíduo fazendo com que se sinta parte de um todo maior: “Todo o conjunto de ornamentos da parede representa a corporação, submetendo as partes individuais ao todo. Mas todo pedaço particular da coleção representa uma parte individualizada, representa as experiências pessoais e as realizações de um indivíduo” (MCCRACKEN, 2012, p. 41). Esses elementos são muito comuns nos quartos que analisamos, em especial o mural de fotos, normalmente com bastante destaques. O jovem coloca fotos de sua infância, com a família, namorados e amigos, e costuma falar desse aparato com carinho. Não raro aparecem associados a esses murais luzes pisca-pisca que parecem englobá-lo, dando uma sensação ainda maior de acolhimento (Figuras 50, 51, 52 e 53).



Figura 50 – Enfeites pendurados no teto do quarto deixam o ambiente mais acolhedor.

Fonte: <https://capricho.abril.com.br/comportamento/it-quarto-a-decoracao-meiga-e-sonhadora-da-aline/>. Acesso em: 11 jan. 2021.



Figura 51 – Mobile ajuda a criar uma camada no ambiente.

Fonte: <https://capricho.abril.com.br/comportamento/it-quarto-a-decoracao-meiga-e-sonhadora-da-aline/>. Acesso em: 11 jan. 2021.

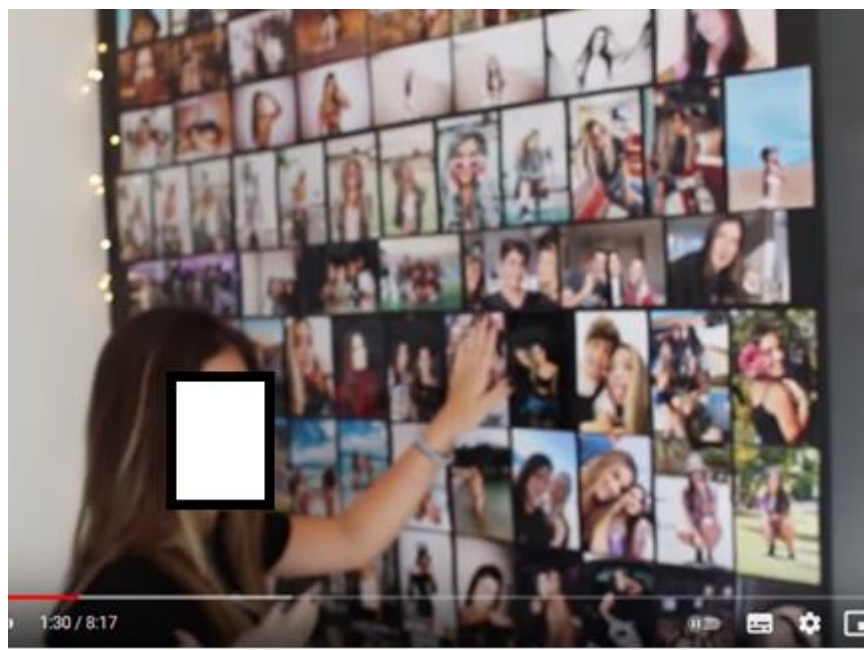


Figura 52 – “Parede de memórias” com lampadazinhas na lateral.

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=Fa6khSDX5tc>. Acesso em: 11 jan. 2021.



Figura 53 – Estantes de livros se encaixam na propriedade acolhedora da *homeyness*.
 Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=44BvTT0gtx4>. Acesso em: 11 jan. 2021.

A quarta propriedade da *homeyness* é a engajadora, ligada à receptividade, tanto do ambiente, que convida à interação, quanto do morador, que deve receber bem suas visitas, com simpatia, fazendo com que também se sintam à vontade no ambiente. Temos aqui uma relação direta entre o anfitrião que recebe visitas em casa e os jovens que mostram orgulhosamente seus quartos no *Youtube* ou mesmo nas matérias da *Capricho*. Há prazer e orgulho em mostrar o quarto, o visitante/espectador é bem-vindo, como podemos observar nas frases comuns na abertura dos vídeos de *tour* pelo quarto: “você pediram e eu vim mostrar”, “espero que gostem”, “sejam bem-vindos”!

Passando para a propriedade mnemônica, a quinta elencada por McCracken (2012), temos que ela consiste em localizar o ambiente no tempo, por meio de uma personalização das circunstâncias do ambiente, contemplando associações com o passado da família por meio principalmente de recordações e lembranças de sua história. Nos quartos juvenis podemos observar essa propriedade a partir de troféus, fotografias de família, presentes especiais de familiares ou objetos feitos pelo próprio jovem (Figuras 54, 55 e 56).

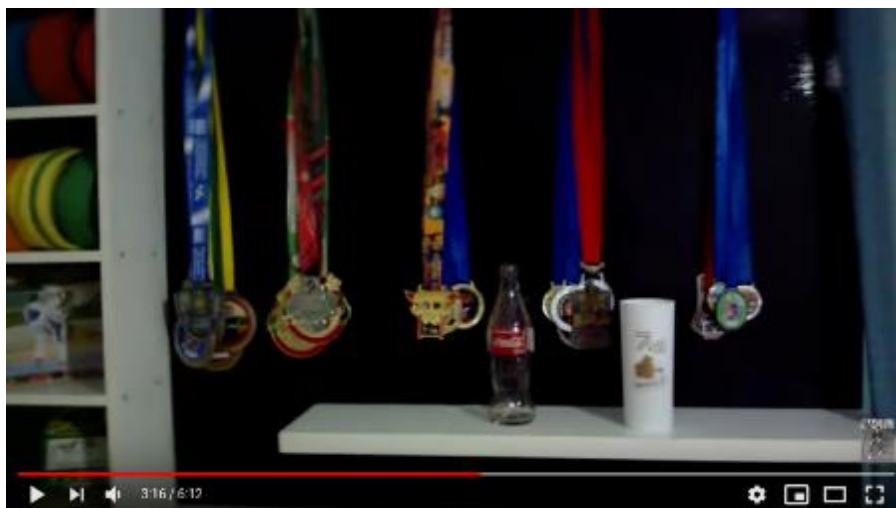


Figura 54 – Expositor com medalhas conquistadas em campeonato de *taekwondo*.
 Fonte: <https://www.youtube.com/watch?app=desktop&v=hHYiQERlaUk>. Acesso em: 11 jan. 2021.

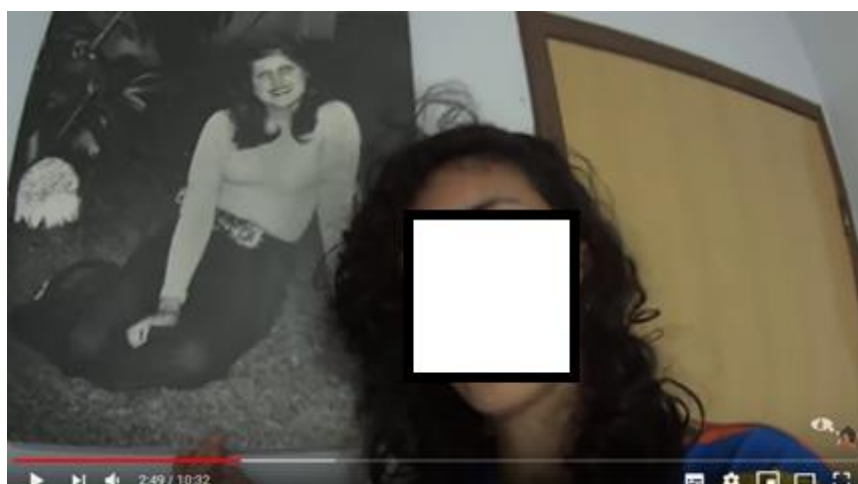


Figura 55 – Quadro com foto da madrinha, já falecida.

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=7rlcRtzBec4>. Acesso em: 11 jan. 2021.



Figura 56 – Adesivos de triângulo na parede foram colados um a um. O espelho também foi feito pela própria jovem - DIY.

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=uvnRVJ1DBZM>. Acesso em: 11 jan. 2021.

A sexta propriedade da *homeness*, a autêntica, confere uma intensa natureza pessoal ao ambiente, a partir de uma multiplicidade de detalhes referentes a uma vida em particular, no nosso caso, a do dono do quarto. Como vimos, os objetos que o jovem coloca dentro do seu quarto são por ele significados de maneira muito particular: uma lembrança de uma viagem especial, um presente dado pela avó, os quadrinhos na parede com suas frases preferidas, as fotos com a família e amigos, o móvel que ele desenhou e pediu para o marceneiro fazer, entre tantas outras coisas, que vão conferir ao quarto a chancela de ser “a cara do seu dono”, valor tão reconhecido pelos jovens.

Já a propriedade informal é a sétima e se caracteriza como sendo responsável por deixar o morador à vontade, sem preocupações outras, com liberdade para agir da maneira que desejar. Não há a preocupação em sujar ou danificar algo, o ambiente se opõe aos preceitos da formalidade. No quarto dos jovens, essa propriedade pode ser observada pela escolha de móveis e objetos que não sejam caros, que tenham um toque de humor, e mesmo pela forma como os jovens se movimentam em seus quartos enquanto gravam seu *tour*: muitos se jogam na cama, podem ficar em pé nela para mostrar algo que está no alto, ou mesmo deitar no chão, sobre o tapete, para mostrar o quanto ele é macio.

Por fim, a última das propriedades da *homeness* seria a situadora, ou seja, aquela que situa o indivíduo, reivindicando que ele aja de acordo com o ambiente construído, como explica McCracken (2012):

Isso é a *homeness* no seu mais poderoso modo transformador e performático. É a *homeness* como agente ativo da cultura trabalhando para transformar o indivíduo. De certo modo, o ciclo da cultura material está completo, pois a *homeness* representa uma ideologia através da qual o indivíduo investe a cultura material de um significado bastante peculiar. Uma vez alocados, no entanto, esses significados se voltam para o indivíduo e o reivindicam. Indivíduos criam a cultura material *homey* e, eventualmente, a cultura material *homey* retribui o favor (MCCRACKEN, 2012, p. 48).

Podemos considerar que a “*homeness*” aplicada pelos jovens em seus quartos, funcione, assim como as “fachadas culturais” propostas por Pais, de certa forma como uma rede de proteção, um apoio com o qual sempre se pode contar, a certeza de acolhimento quando se deixa o espaço público e se adentra no ambiente doméstico, que o protege de quaisquer ameaças externas. Se a estratégia é eficiente para adultos, consideramos que para os jovens em seus quartos seja ainda mais, pois

os protege até mesmo desses adultos. O jovem, lidando com suas subjetividades e identidades em formação, encontra esse oásis de paz e segurança. Não é pouca coisa. McCracken (2012) afirma que:

(...) um espaço *homey* tem o mesmo valor simbólico e psicológico de um abraço materno. Ele oferece segurança em relação aos perigos reais e, principalmente, imaginários. As satisfações psicológicas extraídas dessa proteção, segundo os respondentes, são consideráveis. Isto é, coloquialmente falando, uma proteção meramente simbólica não parece ser menos confortável, menos importante ou menos desejável” (MCCRACKEN, 2012, p. 43).

Se, dentro de casa, ou mais especificamente do quarto, é quando esse jovem se sente mais seguro, é também quando ele está com uma postura menos defensiva, menos “armada” e mais receptiva para lidar com algumas marcas que conseguem adentrar esse espaço de maneira orgânica, de certa forma integrada ao ambiente, conquistando assim um vínculo muito forte e especial com esse jovem. Nesse sentido, a chave para o sucesso das marcas que conseguem esse feito parece ser, em essência, as embalagens diferenciadas, não necessariamente requintadas, mas irreverentes e bem-humoradas, e que acabam por conquistar um espaço na decoração, algumas parecem ter sido planejadas para isso. Há também casos em que há apreço e admiração por uma marca, o que por si só já é motivo para querer guardar a sacola/embalagem, para além de consumir o produto. E ainda há os que transformam um simples copo ou caixinha de uma marca, que teoricamente seria descartada após o consumo do produto adquirido, em objeto de decoração também, talvez para tentar estender a satisfação obtida (Figuras 57, 58, 59, 60 e 61).



Figura 57 – Copo de bebida da Starbucks foi transformado em porta-lápis e funciona como objeto de decoração na escrivaninha.

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=NL0hu01M9t8>. Acesso em: 19 jan. 2021.

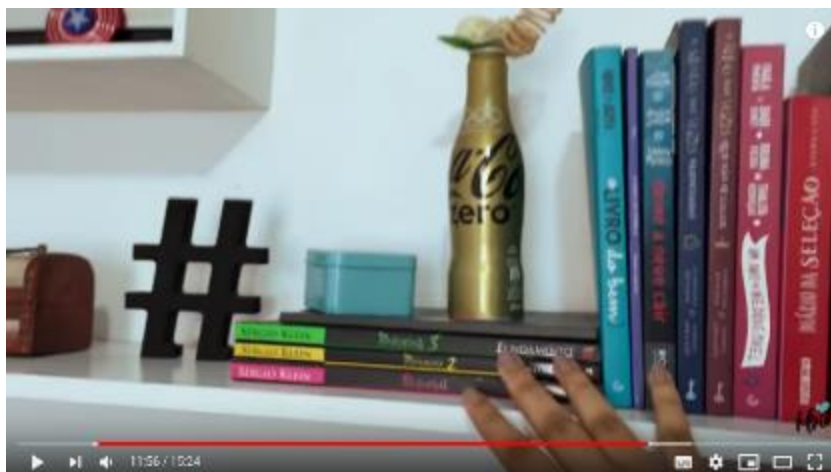


Figura 58 – Garrafa estilizada da Coca-Cola exposta na prateleira.

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=Y6OH0oJhG6k>. Acesso em: 19 jan. 2021.



Figura 59 – Expositor bem-humorado do chocolate MM virou objeto de decoração.

Fonte: https://www.youtube.com/watch?v=GjQm_iENzG4. Acesso em: 19 jan. 2021.



Figura 60 – Sacolas das marcas preferidas em exposição no quarto.

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=KwfEu2bTCrc>. Acesso em: 19 jan. 2021.



Figura 61 – Caixa do Mc Donald’s guardada de recordação da primeira vez que a jovem foi a um restaurante da marca.

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=E3MBp0XQsgI>. Acesso em: 19 jan. 2021.

Em sua pesquisa, Lincoln (2012) observou não só essa exibição de sacolas das marcas preferidas nos quartos, mas, além disso, uma tentativa de alguns jovens de reproduzirem em seus quartos, a estética de suas lojas preferidas. As marcas, dos mais diversos ramos de atuação, que conquistam lugar especial dentro desses quartos, por meio de suas embalagens, sacolas etc., passam a integrar a “fachada cultural” e a “homeyness” que suportam e confortam esse jovem. Poucas estratégias parecem ser tão eficientes para criação de vínculo com o consumidor e consequentemente na fidelização desse cliente.

Síntese do capítulo

Neste capítulo, empenhamos uma discussão sobre cultura material e analisamos a relação dos jovens com os objetos que compõem seu quarto e a forma como esses objetos são capazes de carregar significados os mais diversos. Refletimos sobre como o quarto pode registrar a história biográfica de um jovem, se consolidando como espaço de memória, e também como registro de ritos de passagem contemporâneos. Ainda, a partir de Pais (1993), propusemos que os objetos podem agir como uma rede de proteção desses jovens e, a partir de McCracken (2012) tentamos mostrar a aplicação das estratégias da *homeyness* dentro dos quartos, consolidando este como espaço privilegiado de construção de identidades juvenis.

5. Público e privado nos quartos juvenis

A conquista do quarto juvenil perpassa, em grande medida, a reivindicação de um espaço de privacidade, que resguarde a intimidade do adolescente, tão fundamental nos processos de constituição do eu. Nesse capítulo, retomamos uma breve história de como esse ideal de privacidade foi construído ao longo dos tempos, sempre em contraposição ao espaço público. Refletimos aqui também sobre a própria questão da intimidade, vista como um conceito flexível e maleável uma vez que, há sim, uma essência íntima que se deseja preservar para si, mas também aspectos dessa intimidade que são cuidadosamente elaborados para exibição pública. As redes sociais *on-line* refletem essa dinâmica: o público quer acessar a esfera íntima daqueles que “segue” nas redes, os que estão presentes nas redes negociam essas questões, entre as concessões que podem ser feitas para visibilidade de si e aqueles aspectos que precisam ser de fato preservados e restritos ao indivíduo. Há uma intimidade cuidadosamente elaborada para ser exibida, de acordo com o conceito de “extimidade”, trabalhado por Tisseron (2013). Tanto a intimidade quanto esses registros de si - antes concentradas nos diários íntimos e agora tantas vezes feitos nas redes sociais com a finalidade de exibição – juntos ou “somados” elaboram múltiplos processos de constituição identitária na contemporaneidade e se refletem nos usos que os jovens fazem de seus quartos.

5.1. Os quartos como espaço privilegiado da privacidade

Nosso estudo se volta para os quartos dos adolescentes, que é o espaço privilegiado por excelência de uma privacidade juvenil, porém sempre estabelecido em relação com o espaço público, uma vez que ambos não podem ser separados e isolados de maneira estanque. Cabe, portanto, refletirmos aqui sobre as esferas do público e do privado na vida dos indivíduos e como o valor da privacidade se estabeleceu na contemporaneidade, em sua estreita relação com a questão da intimidade, conceito também importante para nossa discussão.

Philippe Ariès (2009) se propõe a identificar os movimentos e acontecimentos que possam constituir uma história da vida privada, tendo como ponto de partida o final da Idade Média, quando não havia uma definição e separação claras entre os domínios público e privado, com vários atos da vida cotidiana se realizando ainda em público. Vivia-se em pequenas comunidades, com

ambiente familiar, onde todos se conheciam e se vigiavam. Já no século XIX, o que se observa é uma população grande e anônima, com as esferas do trabalho, lazer e convívio em família bem separadas. Ainda no início do século XX, ressalta o autor, alguns tipos de sociabilidade comunitária persistem.

O autor então reflete sobre o que pode ter levado a essa mudança no que tange aos domínios do público e privado ao longo do tempo e aponta os três fatores externos que teriam modificado a mentalidade em torno do indivíduo e seu papel na vida cotidiana da sociedade. O primeiro seria um novo papel do Estado, interferindo cada vez mais na esfera social, dividindo a sociedade em três zonas: a cortesã, as classes populares e a corte. O segundo fator seria a alfabetização e difusão da leitura e o terceiro seriam as novas formas de religião que se estabelecem nos séculos XVI e XVII, que pregam a devoção interior e o exame de consciência. Esses dois últimos fatores, em especial, se relacionam e, juntos, possuem um impacto ainda bastante nítido nos quartos juvenis contemporâneos.

Roger Chartier (2009) se dedica a analisar novas práticas de relações com a escrita e o impacto que tiveram para a valorização de uma esfera da intimidade, do recolhimento espontâneo e individual, que passou a contemplar, entre outras coisas, a prática da leitura. A alfabetização está imbricada nesse processo. O aprendizado da leitura, e da escrita, permitem um novo tipo de relação com o texto escrito, que se consolidam entre os séculos XVI e XVIII. Permitem o recolhimento para a leitura, a reflexão individual:

Essas múltiplas diferenciações no acesso à escrita sem dúvida determinam grandes variações no processo de privatização que caracteriza os três séculos da era moderna. O desenvolvimento (desigual) da alfabetização o mostra de várias maneiras. Saber ler é primeiramente a condição obrigatória para o surgimento de novas práticas constitutivas da intimidade individual. A relação pessoal com o texto lido ou escrito libera das antigas mediações, subtrai aos controles do grupo, autoriza o recolhimento. Com isso, a conquista da leitura solitária possibilitou as novas devoções que modificam radicalmente as relações do homem com a divindade. Entretanto, saber ler e escrever permite também novos modos de relação com os outros e os poderes (CHARTIER, 2009, p. 119-120).

No que tange aos aspectos religiosos, Lebrun (2009) aponta que as duas Reformas religiosas do século XVI, a católica e a protestante, valorizaram, para além de uma prática coletiva, uma dedicação eminentemente pessoal, com expressões de uma devoção cada vez mais interiorizada. Devoção essa, tornada possível, justamente, pela privatização das práticas da leitura e a leitura silenciosa.

Ler em silêncio permite uma zona de maior intimidade individual, de contato com os próprios sentimentos e pensamentos. O que, por sua vez, reforçou a devoção individual e interior. Se, de acordo com Reid (2017), no século XIX a religião foi um dos argumentos para a conquista do quarto próprio juvenil, pois a privacidade do quarto permitiria “uma linha direta para a comunicação com Deus”. (REID, 2017, p. 33-34), podemos identificar nos quartos observados em nossa pesquisa a remanescência dessa devoção religiosa atrelada ao “estar sozinho”, a um momento reflexivo, íntimo e individual. Foram muitos os objetos e referências a práticas religiosas que encontramos em nossa análise.

Alguns jovens, como Pietro, comentam sobre suas crenças religiosas: “A minha Bíblia que eu sempre oro antes de dormir”¹¹² (Figura 62). Otávio Sampaio, do canal Thunber Games conta: “Aqui tem umas coisas religiosas. Para quem não sabe eu sou católico”¹¹³ (Figura 63). Radija Heloara mostra a imagem de uma santa católica e explica: “Essa Nossa Senhora, gente, ela sempre esteve comigo, qualquer casa que eu vou, ela está sempre aqui, tipo não largo mesmo ela. Gosto demais, ela sempre fica aqui me protegendo”¹¹⁴ (Figura 64). Isa Camargo escreve à mão, em papeizinhos, alguns de seus versículos preferidos da Bíblia e cola-os para que fiquem expostos no espelho de sua penteadeira: “Eu coloquei uns versículos da Bíblia aqui que eu gosto!”¹¹⁵ (Figura 65). Em inúmeros outros vídeos de *tour* pelo quarto, os jovens não mencionam ou fazem qualquer comentário sobre práticas religiosas, apenas mostram os objetos ou então esses itens aparecem ao fundo, enquanto outros itens estão sendo mostrados (Figuras 66 e 67).

¹¹² Informações disponíveis em <https://www.youtube.com/watch?v=ZPMihhO6KIE>. Acesso em: 25 fev. 2021.

¹¹³ Informações disponíveis em <https://www.youtube.com/watch?v=62ox8mdYAMY>. Acesso em: 25 fev. 2021.

¹¹⁴ Informações disponíveis em <https://www.youtube.com/watch?v=FP-cAsUAjzw>. Acesso em: 25 fev. 2021.

¹¹⁵ Informações disponíveis em <https://www.youtube.com/watch?v=NL0hu01M9t8>. Acesso em: 25 fev. 2021.



Figura 62 – Pietro mostra sua Bíblia e conta que reza todos os dias antes de dormir.
Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=ZPMihhO6K1E>. Acesso em: 25 fev. 2021.

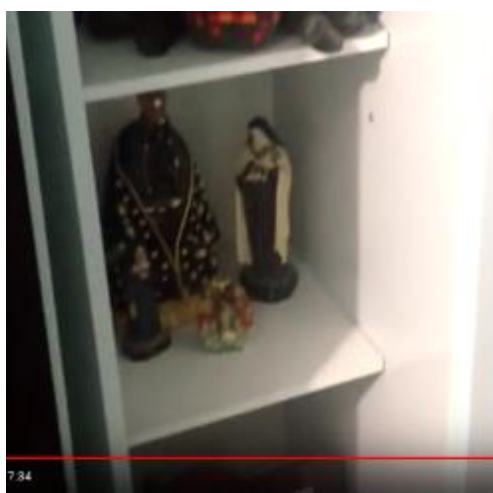


Figura 63 – Otávio Sampaio mostra suas “coisas religiosas”.
Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=62ox8mdYAMY>. Acesso em: 25 fev. 2021.



Figura 64 – Radija Heloara mostra imagem de santa que acredita estar sempre a protegendo.
Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=FP-cAsUAjzw>. Acesso em: 25 fev. 2021.



Figura 65 – Versículos da Bíblia colados no espelho da penteadeira.

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=NL0hu01M9t8>. Acesso em: 25 fev. 2021.



Figura 66 – Bia Herrero mostra o letreiro luminoso, mas não menciona a Bíblia sob a qual ele está apoiado.

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=fCgK5ngNprk>. Acesso em: 25 fev. 2021.

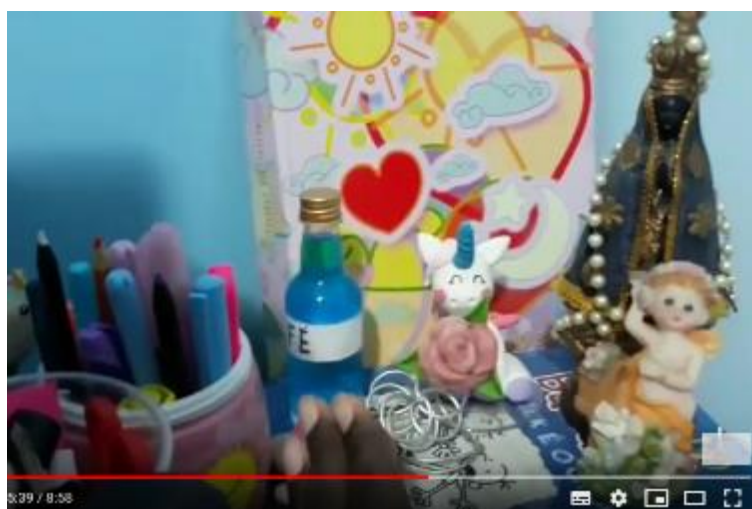


Figura 67 – Isah Batista mostra a sua prateleira cheia de objetos e enfeites, mas não comenta sobre a imagem da santa ou o terço que aparecem ao fundo.

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=3buq1zh78Iw>. Acesso em: 25 fev. 2021.

Para além da adesão a uma religião formal, observa-se a partir dos quartos a presença de uma reflexividade de maneira mais geral que pode ser observada em um dos itens mais comuns nesses ambientes, os quadrinhos com frases motivacionais, que podem ser encontrados de maneira avulsa, mas que muitas vezes vão integrar paredes com composições de vários quadros, mesclando aqueles com imagens e aqueles com textos. Para exemplificar, entre as frases que encontramos em quadrinhos nos *tours* pelo quarto analisados, tem-se: “*Try everything*”, “*Living the dream*”, “*You are amazing just the way you are*”, “*Enjoy life*”, “*There is no place like home*”, “*Good vibes only*”, “Nada é tão nosso quanto os nossos sonhos”, “Não seja arrastado por seus problemas, seja guiado por seus sonhos”, “*You are perfect*”, “*Simplicity is the ultimate sophistication*”, “Mais amor, por favor”, “*You are beautiful*”, “*Be the best version of you today*”, “Queira o bem. Plante o bem. E o resto vem”, “Mais amor, sem favor” e “Foca em amar e valorizar”. São frases usadas como inspiração, motivação para que o jovem lembre e relembre dos seus sonhos e seus valores e a partir das quais ele reflete sobre sua maneira de estar no mundo (Figuras 68 e 69).



Figura 68 – Parede do quarto de Felipe Calixto.

Fonte: https://www.youtube.com/watch?v=GjQm_iENzG4. Acesso em: 26 fev. 2021.



Figura 69 – Composição de quadros do quarto de Clara Santtos.

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=yeaOACcosZU>. Acesso em: 26 fev. 2021.

A escolha das frases que serão expostas é tão importante que, muitas vezes, o jovem decide produzir ele mesmo o seu quadrinho, com o texto exato que deseja. É o que conta Kauany Santos no site *Capricho*: “Eu escolhi algumas ilustrações fofas do *Pinterest* e imprimir. Os que são com frases fui eu mesma que fiz, porque queria aquelas frases específicas, boladas por mim”¹¹⁶ (Figura 70). Além das paredes com quadrinhos, outros objetos como flanelas, velas e mesmo quadrinhos isolados estampam frases exibidas nos quartos. Na ausência dessas possibilidades, há espaço para o improvisado. Isah Batista escreveu à mão, em uma cartolina branca a frase “Durma com os anjinhos, princesa”, mas a última palavra já está ficando apagada e ela afirma: “Só que já apagou o princesa ali e aí eu já vou tirar isso porque eu já não gostei” (Figura 71).



Figura 70 – “O que quero fazer. Aonde quero chegar. E o que estou fazendo para que isso aconteça” e “Tenho em mim todos os sonhos do mundo” foram frases escolhidas por Kauany Santos para quadrinhos pendurados na parede de seu quarto.

Fonte: <https://capricho.abril.com.br/comportamento/it-quarto-as-ideias-da-kauany-santos-para-voce-customizar-quadrinhos-fofos/>. Acesso em: 26 fev. 2021.

¹¹⁶ Informações disponíveis em <https://capricho.abril.com.br/comportamento/it-quarto-as-ideias-da-kauany-santos-para-voce-customizar-quadrinhos-fofos/>. Acesso em: 7 mar. 2021.

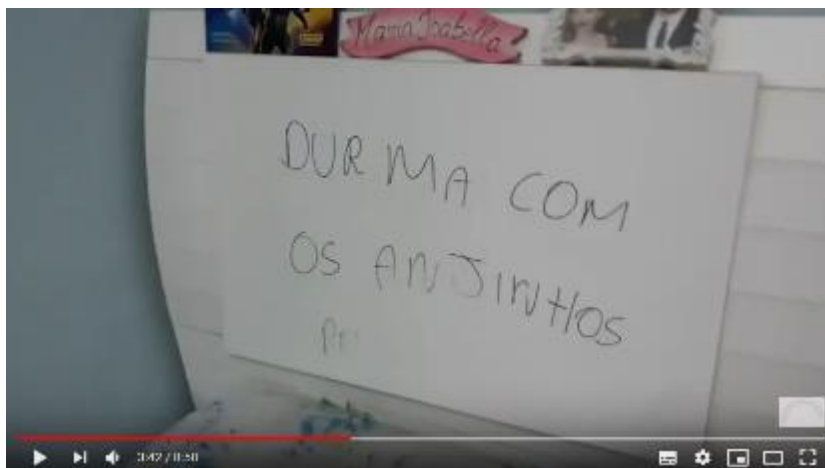


Figura 71 – Frase escrita à mão e presa na cabeceira da cama.

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=3buq1zh78Iw>. Acesso em: 26 fev. 2021.

Se as paredes do quarto são vistas pelos jovens como telas em branco à espera de preenchimento, com um imperativo a serem ocupadas, é interessante observar que esses quadrinhos com frases escolhidas por eles substituem esse espaço que antes, na segunda metade do século XX, era prioritariamente ocupado por pôsteres e cartazes de ídolos adorados pelos jovens, dentre eles muitos atletas e artistas famosos, como indica Reid (2017, p. 75). Cabe lembrar também, ainda segundo Reid, que nos anos 1970, revistas como *Rolling Stones* e *Seventeen*, nos Estados Unidos, ofereciam a possibilidade de, a baixo custo, o jovem confeccionar pôsteres com fotos dele mesmo para colar em suas paredes, o que já consistia em um deslocamento de exposição de si mesmo em detrimento de imagens de seus ídolos. Agora, o que observamos é que essas imagens cedem espaço às frases, textos escritos, ainda que cuidadosamente diagramados. Na época da ubiquidade da imagem e das telas, dentro dos quartos, o texto e a palavra escrita ainda encontram brechas de resistência.

Retomando a discussão de Ariès (2009) sobre a construção histórica da privacidade enquanto valor, tem-se que o autor indica seis categorias de mudanças que podem ser observadas e que são indícios de um processo de privatização: 1) literatura de civilidade, como a que Norbert Elias analisou e que indicam uma atitude nova em relação ao corpo; 2) necessidade de se isolar, de autoconhecimento e o prazer de se expressar sobre si e para si através da escrita; 3) o gosto da solidão, e a menor necessidade de ter companhia o tempo todo; 4) a amizade, vontade de partilhar a solidão com alguém especial; 5) maior atenção dada à vida cotidiana,

concebida como sendo uma exteriorização de si e de valores íntimos, além de uma atenção voltada para a casa; 6) história da casa, que passa por muitas inovações a partir do século XVI (diminuição do tamanho dos cômodos e multiplicação de pequenos espaços; criação de espaços que permitem entrar e sair de um cômodo sem necessariamente precisar passar por dentro de outro; especialização dos ambientes, cada um com sua função; distribuição do calor e da luz, não mais concentrados em um único cômodo da casa). Temos então que, se a casa é da alçada da família, o quarto será para o jovem também o seu reduto de privacidade. Ali é livre para lidar com seu corpo, por mais que tentativas ainda sejam feitas de controlá-lo, como Reid (2017) indicou a respeito preocupação com a masturbação, por exemplo. Ali, o adolescente se isola, se expressa, gosta de ficar sozinho ou na companhia de um ou poucos amigos especiais e tantas vezes passa a maior parte do seu dia ou todo o tempo livre que tem em seu dia a dia.

Até que o jovem viesse a requerer um quarto para si, porém, não foram poucas as transformações que precisaram acontecer antes, no domínio da família e das habitações de forma mais geral. Indicam uma mudança do público para o privado, por exemplo, a consolidação da família nuclear, composta por marido, esposa e filhos, que vão habitar em uma casa independente só para eles, em oposição às famílias-tronco, que continuavam morando juntas mesmo após o casamento dos filhos. Numerosas famílias numa mesma casa não permitiam a destinação de cômodos específicos para cada núcleo, prejudicando a conquista da privacidade. Collomp (2009) lembra que, ainda no século XVIII, era comum que as camas fossem colocadas no mesmo ambiente em que se cozinhava e no qual as pessoas faziam outras atividades do dia a dia. Era comum também que todos dormissem no mesmo cômodo, um amplo salão com várias camas. O autor destaca que: “Nas casas rurais, se muitos se veem obrigados a morar num mesmo cômodo, pelo menos são parentes. Na cidade, a promiscuidade entre pessoas estranhas é às vezes uma necessidade devido à pobreza e à dificuldade de encontrar habitação (COLLOMP, 2009, p. 497). O autor destaca que “As mudanças nas estruturas familiares ao longo do século XIX devem ser atribuídas tanto a convulsões de ordem socioeconômica quanto a uma evolução de ordem cultural” (COLLOMP, 2009, p. 519). Assim que possível, as famílias separam o dormitório de pais e filhos, o quarto começa a ser muito almejado, já visto como espaço máximo da privacidade. O quarto próprio, primeiramente, foi uma conquista do casal e levou

anos até que se estabelecesse como padrão almejado na sociedade contemporânea ocidental. Foi só depois disso que o jovem pôde sonhar com seu próprio espaço privativo.

Ainda sobre a construção histórica da privacidade, no que tange às estruturas, Ariès (2009) aponta três fases importantes: a conquista de uma intimidade individual; organização de *grupos de convivialidade*, entre os séculos XVI e XVII; e a mudança de sentido da família, como lugar de refúgio, de afetividade e de atenção à infância. Todos esses fatores teriam levado à consolidação da privacidade no século XIX, como afirma Perrot (2009, p.9): “O século XIX, assim, esboçaria uma idade de ouro do privado, onde as palavras e as coisas se precisam e as noções se refinam. Entre a sociedade civil, o privado, o íntimo e o individual traçam-se círculos idealmente concêntricos e efetivamente entrecruzados”.

Cabe destacar ainda os impactos da revolução francesa na definição dessas fronteiras entre público e privado. Para Hunt (2009), no início, havia uma preocupação com o que era do privado, pois para os revolucionários nenhum interesse particular poderia prejudicar os objetivos revolucionários da nação. Mais adiante, porém, há uma maior clareza e uma valorização do indivíduo, da família e do lar:

Durante a Revolução, as fronteiras entre a vida pública e a vida privada mostraram uma grande flutuação. A coisa pública, o espírito público invadiram os domínios habitualmente privados da vida. Não resta dúvida de que o desenvolvimento do espaço público e a politização da vida cotidiana foram definitivamente responsáveis pela redefinição mais clara do espaço privado no início do século XIX. O domínio da vida pública, principalmente entre 1789 e 1794, ampliou-se de maneira constante, preparando o movimento romântico do fechamento do indivíduo sobre si mesmo e da dedicação à família, num espaço doméstico determinado com maior precisão (HUNT, 2009, p. 18).

O fortalecimento do indivíduo foi um dos pontos fundamentais para a valorização do privado: “O sentimento de identidade individual acentua-se e difunde-se amplamente ao longo de todo o século XIX” (CORBIN, 2009, p.392). Isso pode ser observado, entre outras coisas, no sistema de nomeação, com os indivíduos ganhando nomes próprios em vez da grande repetição dos nomes de família. Corbin cita também a difusão do espelho no final do século XIX, que permitiu ao indivíduo ter uma imagem de si mesmo e uma maior consciência corporal, e a popularização dos retratos que permitem o registro de momentos

importantes da vida do indivíduo, atuando como marcadores biográficos, além de firmar o pertencimento à família e a demarcação da origem: “Ascender à representação e posse de sua própria imagem é algo que instiga o sentimento de autoestima, que democratiza o desejo do atestado social” (CORBIN, 2009, p.397).

Todas essas mudanças aqui apontadas contribuíram para e refletem uma construção histórica de separação das esferas do público e do privado, com a valorização dessa última mais consolidada já a partir do final século XIX. Em *O Declínio do Homem Público*, Richard Sennett (2014) fala do esvaziamento da vida pública e da privatização da personalidade, com a valorização do isolamento voltado para a própria interioridade. O privado se sobrepõe ao público. Para Sennett, a verdade fundamental da cultura moderna é que a busca pelo pessoal obscurece as relações sociais. Uma sutil tirania da intimidade valorizaria relações mais próximas e significativas em detrimento das relações sociais impessoais do espaço público. Neste contexto, faz-se relevante refletir também sobre a intimidade, como faremos a seguir.

5.2. Intimidade e registros de si

Eu não vou mostrar, *né* gente, minhas calcinhas, pelo amor de Deus. Eu tenho vergonha¹¹⁷.

Agora vamos para as gavetas, gente. Essas duas primeiras aqui eu não vou mostrar porque são peças íntimas então vocês não precisam ver, não é mesmo?¹¹⁸.

Aqui embaixo tem gavetas, *né*, com coisas que vocês não precisam ver. Que tem biquíni, que tem pano de bunda, *né*? Que a minha mãe fala pano de bunda de vez em quando, calcinha...¹¹⁹.

Essa primeira gaveta aqui, não vou abrir, porque é coisas íntimas, *né*? Então...¹²⁰.

Aqui tem parte das minhas calcinhas que eu não quero mostrar¹²¹.

¹¹⁷ Informações disponíveis em <https://www.youtube.com/watch?v=8UdmKrSZAD0>. Acesso em: 11 mar. 2021.

¹¹⁸ Informações disponíveis em https://www.youtube.com/watch?v=zPTIdrTf_kQ&t=127s. Acesso em: 11 mar. 2021.

¹¹⁹ Informações disponíveis em <https://www.youtube.com/watch?v=4Eqj66Bv5Vg>. Acesso em: 11 mar. 2021.

¹²⁰ Informações disponíveis em <https://www.youtube.com/watch?v=Has6muBQfK0>. Acesso em: 11 mar. 2021.

¹²¹ Informações disponíveis em <https://www.youtube.com/watch?v=XOUE3mLFJmc>. Acesso em: 11 mar. 2021.

Aqui ficam minhas cuecas que eu não vou mostrar, né, porque com certeza vocês não querem ver minhas cuecas¹²².

As frases acima, retiradas dos vídeos analisados de *tour* pelo quarto, apontam para o que parece ser o último reduto da intimidade juvenil, aquele pedacinho do quarto que não se mostra nas redes sociais de jeito nenhum: as gavetas de roupas íntimas. Se cada cantinho, cada objeto, cada detalhe do quarto adolescente é cuidadosamente exibido, as roupas íntimas precisam imperiosamente ser preservadas dos olhares públicos. Considerando a totalidade dos vídeos analisados, não houve sequer um único caso em que essa questão tenha se dado de modo diferente.

Como é, então, que os jovens lidam com a intimidade no contexto das redes sociais? Essa questão, que muito nos interessa, foi levantada também pela pesquisadora mexicana Rosalía Winocour (2011), que fez entrevistas com 40 jovens na Cidade do México e, a partir dos dados coletados, propôs algumas reflexões. “O íntimo é um lugar que eles reconhecem como particular, dentro ou fora de casa” (WINOCOUR, 2011, p. 182), afirma, o que indica que a casa e a família são vistas como zonas de intimidade em relação ao público, sendo que dentro da própria casa há zonas de maior e menor intimidade, como temos discutido aqui inclusive, já que o quarto, por exemplo, é considerado um lugar muito mais íntimo do que a sala onde a família se reúne. A autora aponta também que, para os jovens, aquela parte da intimidade que eles consideram que deve ser resguardada da visibilidade pública, não é fixa: “o íntimo não está radicado em nenhum lugar ou tempo especial; a decisão de comunicar ou não o que sente pode ser tomada a qualquer momento” (WINOCOUR, 2011, p. 185). A definição do que é íntimo para cada um seria um processo ativo e de reflexividade constante, levando-se em consideração o que se pode e se quer comunicar em cada situação. A autora aponta também que “o íntimo é aquilo que não se pode comunicar porque será objeto de estigmatização e acarretará sofrimento” (WINOCOUR, 2011, p. 187). Estariam contemplados aí os pensamentos que não se pode confessar, os conflitos, complexos, sofrimentos, e tudo o mais que poderia ser passível de julgamento negativo pelo público. Tem-se ainda o “íntimo como o lugar que pode ser invadido ou violado por outros, independentemente do fato desse lugar estar visível a todos”

¹²² Informações disponíveis em https://www.youtube.com/watch?v=n4s_1-yIdrw. Acesso em: 11 mar. 2021.

(WINOCOUR, 2011, p. 188), que seria a consciência do jovem de que aquilo de si que coloca público pode ser usado por terceiros de formas não controladas, como quando um potencial empregador analisa o perfil de um jovem nas redes sociais antes de se decidir por sua contratação ou não. A autora afirma também a ocorrência da “exibição da intimidade como performance ou produção de si mesmo” (WINOCOUR, 2011, p. 189) em que essa intimidade, seja real ou simulada, tem sua exibição cuidadosamente planejada como uma performance, com o objetivo de chamar a atenção do público. Neste caso, não se trata necessariamente de uma exibição de intimidade, mas da comunicação de uma narrativa autobiográfica requerida e cuidadosamente elaborada para que esse jovem seja visto nas redes da forma como deseja ser visto.

Neste contexto, não só a intimidade teria papel decisivo nos processos subjetivos, mas também a comunicação dessa intimidade, em si, também comporia as narrativas do eu. A busca pela visibilidade dessa intimidade perpassa a necessidade da validação de si pelo outro, em especial nos locais onde se dá parte considerável da sociabilidade juvenil, como afirma Winocour (2011):

... nessas novas *condições de produção do eu*, em que todos têm a possibilidade de transcender publicamente, o exercício da intimidade se converteu em um ato de natureza profundamente reflexiva, não apenas porque produzimos performances destinadas a alimentar nossa *intimidade pública*, mas também porque, à diferença do que ocorria anteriormente (em que certos espaços e tempos nos indicavam onde começava e terminava o reino da intimidade – como as portas da casa ou a noite e o dia – perderam muito da eficácia simbólica para demarcar as fronteiras), como parte de nosso processo de individuação, também devemos tomar decisões e fazer-nos responsáveis a todo instante sobre o que é comunicável e, no caso de nossa intimidade (ao menos em um sentido manifesto), com quem compartilhá-la, em que momentos e em que espaços reais ou virtuais (WINOCOUR, 2011, p. 192).

O que seria então essa intimidade que, paradoxalmente, o indivíduo desloca da esfera íntima para tornar pública? É o que Tisseron (2013) discute como sendo “extimidade” e à qual ele propõe uma definição: “Designei sob o nome de extimidade o desejo que nos leva a mostrar certos aspectos de nosso eu íntimo para que os outros os validem, a fim de que eles passem a ter maior valor aos nossos próprios olhos” (TISSERON, 2013, p. 129). O autor afirma que esse desejo sempre esteve presente no ser humano, não seria recente, a partir do surgimento de novas tecnologias digitais:

O ser humano sempre se viu entre desejos contraditórios que encontraram expressões diferentes segundo as possibilidades tecnológicas oferecidas em cada época. Esses desejos são pelo menos cinco: o de poder se ocultar aos olhos dos outros, que define a criação de uma intimidade, ao mesmo tempo territorial e psíquica; o de poder mostrar certas partes de si aos outros, que chamei de desejo de *extimidade*; o de nunca ser esquecido, em outras palavras, o de que outro humano sempre pense em mim; o de controlar a distância relacional que me une aos outros ao mesmo tempo que me separa deles; e, enfim, o desejo de valorizar a experiência reflexiva que funda a percepção de si como humano (TISSERON, 2013, p. 128).

Tisseron (2013) chama a atenção para o fato de que tanto o desejo de intimidade quanto o de extimidade integram os processos de constituição do sujeito, mas que a extimidade só é almejada após satisfeito o desejo por intimidade. Por isso é fundamental que cada um possa decidir o que vai colocar na internet: “...para que as pessoas tenham vontade de se mostrar, é preciso que elas possam se ocultar tanto quanto quiserem” (TISSERON, 2013, p. 128).

É importante destacar que essa vontade de estar na internet é cada vez mais imperiosa, não aparecer nas redes sociais *on-line* nos dias de hoje seria quase impossível, como afirma Jauréguiberry (2013). Esse espaço digital assumiu papel de importância considerável nos processos contemporâneos de constituição do eu:

A necessidade de sucesso é acompanhada de uma indispensável preocupação com o reconhecimento. E essa é, com certeza, uma das motivações daqueles que se expõem na internet. Os blogs, assim como as redes sociais da net, podem ser vivenciados como um espaço fácil de validação de um si mesmo a um só tempo autoprodutor e preocupado consigo (JAURÉGUIBERRY, 2013, p. 141).

Diante dessa necessidade de se tornar visível, Aubert & Haroche (2013) falam em uma “injunção de visibilidade”, que atenderia além de um desejo de legitimidade, à conquista do desejado reconhecimento, que em última instância, é o reconhecimento da própria existência do sujeito. Como afirma Barus-Michel (2013): “É preciso ser visto para existir e para contar” (BARUS-MICHEL, 2013, p. 39). Ou como o jogo de palavras proposto por Birman (2013) para a famosa afirmação de Descartes, de que “penso, logo existo”: “Vejo e sou visto, logo existo” (BIRMAN, 2013, p. 49). Haroche (2013) detalha como essa visibilidade é compreendida pelos indivíduos:

A visibilidade seria sinônimo de legitimidade, de utilidade, garantia de qualidade de um indivíduo: a frequência, a quantidade, até mesmo a continuidade, da visibilidade o valorizariam. A invisibilidade teria se tornado sinônimo de

inutilidade, de insignificância, até mesmo de inexistência (HAROCHE, 2013, p. 102).

Paula Sibilia (2016) denomina essa exibição da intimidade no século XXI de “show do eu” e entende o fenômeno como uma espetacularização da intimidade, que atende ao mesmo tempo o desejo por visibilidade do sujeito e o interesse do público em geral no consumo de histórias reais:

Quanto mais a vida cotidiana é ficcionalizada e estetizada com recursos midiáticos, mais avidamente se procura uma experiência autêntica, verdadeira, não encenada. Busca-se o realmente real – ou, pelo menos, algo que assim pareça. Uma das manifestações dessa fome de veracidade na cultura contemporânea é o anseio por consumir lampejos da intimidade alheia. Em meio ao sucesso dos reality-shows e das redes sociais, o espetáculo da realidade faz sucesso: tudo vende mais se for real, mesmo que se trate de versões performáticas de uma realidade qualquer (SIBILIA, 2016, p. 247).

Se na cultura contemporânea, como vimos, os registros íntimos de si em grande parte destinam-se a se tornarem visíveis, e são moldados, planejados, calculados, tendo em vista a apreciação pública, no contexto da popularização dos meios de comunicação baseados em tecnologias digitais, foi nos *blogs*¹²³ onde esse fenômeno pôde ser primeiro observado. De acordo com Sibilia (2016), eles surgiram nos primeiros anos do século XXI e eram vistos como diários íntimos que eram publicados na internet. A escrita dos diários íntimos foi um hábito que se consolidou no século XIX, reflexo do reconhecimento da necessidade de intimidade que estava se fortalecendo na época, mas que também, por outro lado, contribuiu para a construção da noção de intimidade. Ou seja, a escrita dos diários ajudou a construir a intimidade ao mesmo tempo que a intimidade foi consolidada, entre outros fatores, pelo hábito da escrita dos diários íntimos. Cabe ressaltar que a conquista de espaços privados, como os quartos individuais, por sua vez, foi fundamental para que esse hábito pudesse se desenvolver e consolidar, como indica a autora: “Além de constituir um requisito básico para desenvolver o eu, o ambiente privado também era o cenário onde transcorria a intimidade. E era precisamente nesses espaços onde se engendravam, em pleno auge da cultura burguesa, os relatos de si” (SIBILIA, 2016, p. 86).

¹²³ Blogs são páginas que podem ser criadas na internet por qualquer pessoa e com conteúdo livre. *Blog* seria a abreviação da palavra *weblog*, que pode ser traduzida como “registro de bordo” ou como é mais comumente aceito, “diário eletrônico”.

Foisil (2009) afirma que os diários, assim como as memórias e os *livres de raison*¹²⁴ foram expressões fundamentais da escritura privada do final do século XVII e durante o XVIII. A autora faz também uma comparação entre os diários ingleses e franceses da época e aponta que ambos têm diferentes noções de intimidade da que temos nos dias de hoje, mas que pode se destacar que os diários ingleses da época abordavam um pouco mais de intimidade que os franceses, além de terem mais mulheres como autoras, o que leva a um registro maior das atividades femininas do que na França, onde quase a totalidade dos diários eram escritos por homens. Para Foisil (2009), os registros do privado como os que temos hoje não foram encontrados antes da segunda metade do século XVII.

Jean Maire Goulemot (2009) escreve sobre as práticas literárias do privado levando em consideração o surgimento dos diários íntimos, memórias e romances em primeira pessoa que se legitimam como literatura e se apoiam no relato do escritor e que atribuem ao seu relato caráter de verdade. O autor afirma que “A partir do século XVI tornou-se moda escrever memórias” (GOULEMONT, 2009, p. 380) apontando que normalmente eram escritas por membros da aristocracia. As memórias consistiam, na grande maioria das vezes, em relatos do que se passava no âmbito da vida pública, não contemplando aspectos de caráter mais íntimo. Já o diário, por definição, se caracteriza pela escritura íntima, privada, não destinada à publicação e reside aí sua veracidade, em função de seu caráter não público. O escritor do diário relata fatos que somente ele tem como saber, o que lhe confere o caráter de verdade: “Aí está o paradoxo que faz com que o sigilo do espaço privado só encontre sua eficácia deixando de existir” (GOULEMONT, 2009, p. 387).

Se os diários registram a vida do indivíduo, eles assumem a função também de “repositório de lembranças”, como afirma Martin-Fugier (2009, p. 179). Como registro da vida, sua escrita pode dar ao autor a sensação de prolongamento dessa vida, que ficará registrada mesmo após sua morte, como indica Corbin (2009): “O diário íntimo tenta exorcizar essa angústia da morte, que ele aviva com o próprio ato de escrever. Detectar o desperdício de si próprio é proporcionar-se os meios para uma estratégia de poupança” (CORBIN, 2009, p. 427).

Para além de registro da vida, Artières (1998) fala nos diários íntimos como uma forma de “arquivamento da vida”. Ele destaca que, no processo de uma escrita

¹²⁴ Registros do dia-a-dia, escritos fragmentados, com uma abordagem superficial das atividades cotidianas. Não podem ser considerados como escrita da intimidade.

biográfica, o indivíduo escolhe os fatos, ordena-os, destina-lhes maior ou menor destaque, tendo em vista a construção de uma narrativa biográfica que faça sentido e que corresponda a como ele quer que sua própria vida seja vista. A escrita íntima, portanto, permitiria ao sujeito contrapor a imagem de si próprio à sua imagem social, sendo assim uma forma de resistência:

O arquivamento do eu não é uma prática neutra; é muitas vezes a única ocasião de um indivíduo se fazer ver tal como ele se vê e tal como ele desejaria ser visto. Arquivar a própria vida, é simbolicamente preparar o próprio processo: reunir as peças necessárias para a própria defesa, organizá-las para refutar a representação que os outros têm de nós (ARTIÈRES, 1998, p. 31).

Se, como vimos, portanto, os *blogs* foram, de certa forma, um primeiro estágio de transposição dos diários íntimos no contexto da popularização do acesso das tecnologias digitais e redes sociais virtuais, os registros de si foram se apropriando dos novos recursos cada vez mais disponíveis. A escrita íntima, baseada na produção textual, se junta a várias outras possibilidades de registros de si, que se dão em formato imagético ou audiovisual, por exemplo. Os vídeos de *tour* pelo quarto se configuram como registros do eu juvenil, baseados no compartilhamento de parte da privacidade e intimidade desses sujeitos, tendo em vista uma representação mais legítima de si e se constituindo como parte importante no processo de constituição identitária. O mesmo processo se dá quando o jovem se candidata a mostrar imagens de seu quarto nas matérias da *Capricho*. Se essas são formas de tornar público o privado e o íntimo que se passam dentro dos quartos juvenis, vamos agora refletir sobre o fenômeno oposto: como o olhar público e as redes sociais *on-line* adentram e impactam esses quartos.

5.3. O quarto mediado

Em vídeo de *tour* pelo quarto publicado em 2019 no *Youtube*, Duda Guedes, então com 12 anos e dona de um canal com mais de um milhão de inscritos nessa plataforma, explica sua ausência ao ficar mais de um mês sem postar novos vídeos:

Gente, eu sei que eu estava muito sumida aqui no *Youtube*, eu não estava gravando vídeos... eu não estava gravando vídeos por motivos de: eu sempre gravo vídeos aqui no meu quarto, ou na cama, ou ali, enfim, eu gravo em geral no meu quarto. E eu não estava podendo mostrar o meu quarto, então eu não gravei vídeos em

dezembro. Mas a programação vai voltar toda ao normal aqui em janeiro, vai ter vídeos um dia sim, um dia não, assim como vocês já estão acostumados¹²⁵.

Em seguida, ela explica o motivo pelo qual não pôde mostrar seu quarto nesse período: ele estava em reforma. A partir dessa situação, temos um exemplo do papel fundamental que o quarto juvenil desempenha nas estratégias de visibilidade e comunicação dessa adolescente. Com a rotina de publicação de vídeos em dias alternados, o que dá a média de 15 publicações por mês, em dezembro de 2018 houve uma suspensão e nem um único vídeo foi gravado. Ainda que o conteúdo que ela costuma veicular se refira, de modo geral, a vídeos de sua rotina, não poder usar o quarto como cenário foi motivo suficiente para se ausentar das redes por um período, que pode ser considerado longo para quem, como ela, tem um canal ativo e com relevante número de seguidores.

Cabe aqui uma reflexão sobre como se estabeleceu essa relação entre os quartos e as mídias. Como discutimos no Capítulo 2, a partir da década de 1960, a proliferação de eletrônicos como toca-discos e videocassetes chegou aos quartos juvenis deslocando o entretenimento que se dava em âmbito familiar na sala de estar das casas para um consumo mais individualizado dentro dos quartos. A indústria do consumo adentrou os quartos juvenis com opções de lazer e entretenimento. Em estudo de 1995, dedicado aos usos das mídias pelos adolescentes na contexto da cultura do quarto, Steele & Brown apontam que os adolescentes ouvem música, leem revistas e assistem à televisão em seus quartos, como vimos um espaço privilegiado para a reflexividade e os processos de construção de identidade, e a partir daí se apropriam e transformam as mensagens da mídia de modo a ajudá-los a dar sentido à própria vida:

Propomos um modelo que enfatiza um processo dialético no qual os meios de comunicação são importantes agentes cuja influência no público é tanto ampliada quanto restringida por indivíduos ativos que interagem com esses meios de ‘onde vivem’ (Schwichtenberg, 1989, p. 293), em termos sociais, culturais e de desenvolvimento. O modelo não diminui a importância do conteúdo midiático, mas reconhece que esses indivíduos moldam e transformam seus encontros com os meios de comunicação em um ciclo contínuo de construção de significado. A diferença entre os efeitos ampliados e restritos está nas práticas individuais (foco

¹²⁵ Informações disponíveis em <https://www.youtube.com/watch?v=cKBWuyOzB-o>. Acesso em: 17 mar. 2021.

aqui) e grupais – atividades diárias, gestos e rotinas que definem as relações sociais (STEELE & BROWN, 1995, p. 553)¹²⁶.

As autoras apontam que os adolescentes possuem uma participação ativa no uso das mídias: seleção, ao escolherem o que vão consumir; interação, quando refletem sobre os significados e representações veiculados; e aplicação, quando aplicam esses significados em suas vidas. Fatores socioculturais e condições variadas da vida de cada um influenciam na experiência vivida, em como o conteúdo é interpretado e aplicado. A percepção que os adolescentes têm de si, assim como a identidade projetada que almejam para si, impactam na decisão de quais mídias usar e como, ao mesmo tempo, esses usos alteram os sentidos de si, em um processo constantemente renovado. Steele & Brown (1995) identificam aí um processo dialético contínuo de produção e reprodução cultural e social. O impacto desse processo é ao mesmo tempo restringido e amplificado pelo que está disponível na mídia e pelo que os adolescentes trazem para a mídia. Os quartos seriam “dispositivos mediadores” pelos quais os jovens expressam quem são e quem querem ser.

Com a emergência da cultura digital e o acesso a computadores pessoais, telefones celulares e internet houve uma reconfiguração radical do espaço do quarto, possibilitando aos jovens a conquista de um ambiente de mídia personalizado. Livingstone (2007) traça um paralelo entre a chegada dos eletrônicos aos lares na segunda metade do século XX, com a figura da porta da frente de casa marcando a fronteira entre público e privado, entre exterior e interior, com a consolidação de um entretenimento privado familiar que passou a se dar, especialmente, nas salas de estar. Em um segundo momento, a autora menciona que a porta do quarto passou a ser um marcador entre o que seria a passagem de um entretenimento familiar para o individual, que se dava dentro dos quartos de cada um. Teriam contribuído para essa mudança, a visão de que os espaços externos estariam cada vez mais perigosos, a percepção de que o uso da mídia nas casas,

¹²⁶ Do original: “*We propose a model that emphasizes a dialectical process in which the media are important cultural agents whose influence on audiences is both amplified and restrained by active individuals who interact with the media from “where they live” (Schwichtenberg, 1989, p. 293), developmentally, socially, and culturally. The model does not diminish the importance of media content, but it recognizes that individuals shape and transform media encounters in a continuous cycle of meaning making. The difference between amplified or restrained effects lies in individual (the focus here) and group practices-- the everyday activities, gestures, and routines that define social relations*”. Tradução livre.

além de entretenimento, assumia também um caráter educacional e os gostos cada vez mais segmentados dos membros da família. Tudo isso teria levado a essa multiplicação de produtos de mídia em casa.

A privatização do lazer e sua segmentação para dentro dos quartos de cada um atribuiu a esse cômodo, segundo Livingstone (2007), novos significados. O primeiro seria o de conveniência, com um lugar próprio para o jovem guardar e organizar suas coisas, como revistas, jogos de computador e DVDs, entre outras coisas. Outro significado seria o de escape: com a possibilidade de os jovens se recolherem a seus quartos para assistirem aos programas de sua preferência, sem interrupções, eliminando o que a autora diz ser a disputa pelo controle remoto. O jovem pode se recolher quando quer ficar sozinho e se expressar enquanto indivíduo. Há também, o significado de identidade, como já discutimos, com o quarto sendo esse espaço onde ele de certa forma “imprime” seus gostos, desejos, preferências:

A mídia é usada de diversas formas para gerenciar os limites entre espaço e identidade, especialmente por jovens que exibem identidades não só múltiplas, mas muitas vezes experimentais, temporárias, suscetíveis a reconstruções. Os recursos simbólicos da mídia fornecem o conteúdo (imagens, representações, temas), bem como os meios materiais (o *walkman*, a música alta no quarto, a absorção total em um jogo de computador) para esse gerenciamento de limites (LIVINGSTONE, 2007, p. 8-9)¹²⁷.

Lincoln (2012) destaca que, para os jovens, os mundo *off-line* e *on-line* nunca estão desconectados, havendo sempre uma interação entre essas duas esferas. Para além disso, haveria, portanto, também uma complexa teia de “zoneamento” dentro das quais se daria a interação entre culturas juvenis públicas e privadas, mediadas ou não:

Ao se utilizar o conceito de ‘zoneamento’, pode-se explorar como o quarto de um jovem é tanto um depósito de significado quanto um portal de comunicação, um espaço de permanência e de impermanência do físico e do virtual, um espaço de abstração por meio do uso de novas mídias e de clareza por meio dos objetos

¹²⁷ Do original: “The media are used in various ways to manage these boundaries of space and identity, especially by young people who not only sustain multiple identities but whose identities are often experimental, temporary, available for making over, and the symbolic resources of the media provide the content – images, representations, themes – as well as the material means of managing boundaries (the *walkman*, the loud music in the bedroom, the total absorption in a computer game)”. Tradução livre.

materiais, um espaço que está sempre ‘em construção (LINCOLN, 2012, p. 164)¹²⁸.

Nesse contexto, cabe ressaltar que, primeiro, a entrada dos eletrônicos no quarto e, depois, a popularização do acesso à internet e às tecnologias digitais, não significam apenas novas aquisições para esse cômodo. Muito mais que isso, apresentam um impacto cultural que vai refletir novas maneiras dos jovens olharem e compreenderem a si mesmos e ao mundo. Sem deixar de se manter como espaço de consumo, os quartos se tornaram também locais de produção de cultura e de distribuição de conteúdo, como vimos com Kearney (2007).

Sendo assim, o quarto adolescente foi escolhido por muitos jovens como o primeiro cenário de seus vídeos, prática que ainda se mantém bastante comum, fortalecida por um desejo do público de ter acesso e consumir parte da intimidade de terceiros, de “vida real”, ou “a vida como ela é”.

Pequenas e grandes mudanças são feitas para transformar esse quarto em um “quarto-cenário”. Normalmente, se elege uma ou duas paredes, ou um “cantinho” desse quarto, cuidadosamente preparado para ser o cenário principal dos vídeos. É frequente que os jovens indiquem, durante o vídeo de *tour* pelo quarto, o local onde normalmente gostam de gravar vídeos (Figuras 72 e 73).

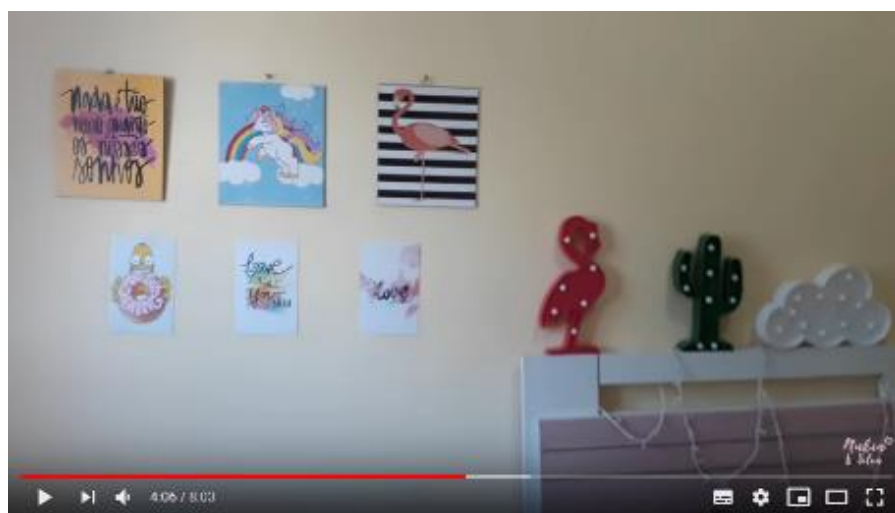


Figura 72 – Núbia Silva mostra a cabeceira da sua cama servindo de suporte para as luminárias que, junto com os quadrinhos mais ao lado, compõem o cenário preferido para a gravação de seus vídeos e afirma: “Aqui é onde eu gravo os vídeos pra vocês”.

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=RUuZTEYviI4>. Acesso em: 17 mar. 2021.

¹²⁸ Do original: “In using the concept of ‘zoning’ one can explore how a Young person’s bedroom is both a container of meaning and a portal of communication, how it’s a space of permanency and impermanency, of the physical and the virtual, how it is a blurred space through the use of new media and of clarity through material objects, how it is a space that is always ‘under construction’”. Tradução livre.



Figura 73 – Vic Mendes mostra: “Aqui é onde eu gravo”. Na imagem, é possível observar também tripé para câmera e iluminação artificial, que ajuda a melhorar a qualidade da imagem nos vídeos.

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=Y2kphnDQRE0>. Acesso em: 17 mar. 2021.

O caso de Mah Marangoni é ainda mais emblemático. Ela conta ter pensado em cada detalhe para preparar não um, mas vários cenários dentro de seu quarto:

No meu quarto só tem isso mesmo, cama e o lugarzinho que eu estudo, e várias paredes pra gravar vídeos, que é muito importante a gente ter se você é um *digital influencer*, um criador de conteúdo, é sempre bom você ter cenários diferentes *pra* vocês gostarem aí dos nossos vídeos... Então esse é tipo um quarto de gravações, mas é onde eu durmo, então é tour pelo meu quarto¹²⁹.

Por sua fala, compreendemos que a função principal do quarto é servir de cenário, mas que ela também dorme lá, o que seria uma função secundária para ela (Figuras 74, 75 e 76).

¹²⁹ Informações disponíveis em: <https://www.youtube.com/watch?v=HiJjpI3Kbmc&list=PL9ZmmHkdrObDF4eVpwZqP8TDLpU2xXWDI>. Acesso em: 17 mar. 2021.



Figura 74 – “Aqui é onde eu estudo e tem esse cenarizinho muito fofo”, mostra Mah Marangoni.

Fonte:

<https://www.youtube.com/watch?v=HiJjpI3Kbmc&list=PL9ZmmHkdrObDF4eVpwZqP8TDLpU2xXWDI>. Acesso em: 17 mar. 2021.



Figura 75 – Segunda opção de cenário do quarto de Mah Marangoni.

Fonte:

<https://www.youtube.com/watch?v=HiJjpI3Kbmc&list=PL9ZmmHkdrObDF4eVpwZqP8TDLpU2xXWDI>. Acesso em: 17 mar. 2021.



Figura 76 – Terceiro cenário do quarto de Mah Marangoni.

Fonte:

<https://www.youtube.com/watch?v=HiJpI3Kbmc&list=PL9ZmmHkdrObDF4eVpwZqP8TDLpU2xXWDI>. Acesso em: 17 mar. 2021.

Além do cenário propriamente dito, materiais de gravação como câmera e suporte para câmera, iluminação artificial específica para fotos e vídeos e outros recursos, costumam ficar no quarto mesmo quando não estão em uso e, de certa forma, passam a fazer parte da decoração.

Símbolos referentes ao ambiente digital como “@”, “#” e “wi-fi”, emojis, assim como logomarcas das mais populares redes sociais como *Youtube*, *Instagram*, *Facebook*, *Snapchat* são transformados em objetos como luminárias e almofadas, também incorporados ao quarto como objetos de decoração (Figuras 77, 78 e 79).



Figura 77 – Almofadas de emoji no quarto de Duda Guedes.

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=grfCvKQZ1rA>. Acesso em: 17 mar. 2021.



Figura 78 – Almofadas com a marca do *Youtube* no quarto de Felipe Calixto.
 Fonte: https://www.youtube.com/watch?v=GjQm_iENzG4. Acesso em: 17 mar. 2021.



Figura 79 – Nas prateleiras do quarto de Hérica Gabrielli podemos observar diversas referências ao ambiente digital: luminária com o símbolo “@”, enfeites com os símbolos “hashtag” e “curtir” e plaquinha com a figura representativa do *wi-fi*.

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=Y6OH0oJhG6k>. Acesso em: 17 mar. 2021.

O próprio senso estético que observamos na maioria dos quartos, de certa forma como um padrão a ser seguido, parece fazer parte de uma pedagogia do consumo que Reid (2017) já observava nos quartos juvenis a partir da segunda metade do século XX, por meio de uma ampla variedade de publicações nas mídias voltadas para, entre outras coisas, orientar os jovens, ensiná-los a decorar seus quartos. Agora parte dessa orientação se dá, também por meio das mídias sociais

digitais, em especial, *Pinterest*¹³⁰ e *Tumblr*¹³¹. Mais do que afirmar se inspirar nessas redes, os jovens de muitos dos vídeos que analisamos revelam a satisfação e orgulho quando conquistam o que eles consideram um “quarto *Pinterest*” ou “quarto *Tumblr*”, que seria aquele que alcança o almejado padrão estético dessas redes, e consequentemente, passando a servir de referência para os quartos de outros jovens. Os títulos de alguns dos vídeos que analisamos inclui a referência a essas redes, usada como um incentivo a mais para que aquele vídeo de *tour* pelo quarto seja assistido. Entre esses títulos, encontramos, por exemplo: “Tour pelo meu quarto inspirado no Pinterest”¹³², “Tour pelo quarto *Tumblr*”¹³³ e “Tour pelo meu quarto Tumblr”¹³⁴. Os comentários feitos pelo público nos vídeos reforçam o reconhecimento e a valorização de um quarto quando ele é considerado dentro do padrão dessas redes (Figuras 80, 81 e 82). A referência é tão forte que *Pinterest* e *Tumblr* são usados tanto por quem grava o vídeo como por quem assiste como adjetivos, se referindo a uma qualidade identificada nos quartos. É válido também para objetos específicos, como “cadeira *Tumblr*” ou “mesinha *Pinterest*”.



Figura 80 – Comentário feito por internauta em vídeo de *tour* pelo quarto.

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=Y6OH0oJhG6k> Acesso em: 21 mar. 2021.

¹³⁰ Fundado oficialmente em 2010, o *Pinterest* é uma rede social de compartilhamento de fotos, que permite aos usuários o gerenciamento de imagens por temas. Assemelha-se a um quadro de inspirações.

¹³¹ *Tumblr* é uma plataforma de *blogging* gratuita, que permite aos usuários postar links, textos, imagens, vídeos e áudios.

¹³² Informações disponíveis em <https://www.youtube.com/watch?v=Y6OH0oJhG6k>. Acesso em: 21 mar. 2021.

¹³³ Informações disponíveis em <https://www.youtube.com/watch?v=NL0hu01M9t8>. Acesso em: 21 mar. 2021.

¹³⁴ Informações disponíveis em <https://www.youtube.com/watch?v=Xxt5v7k7ANA>. Acesso em: 21 mar. 2021.

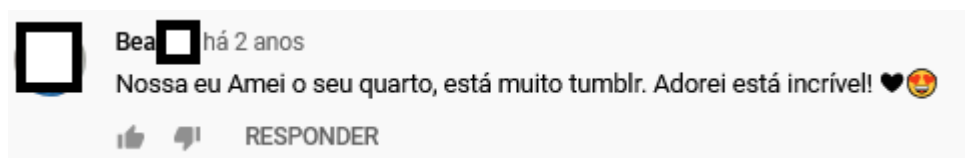


Figura 81– Comentário feito por internauta em vídeo de *tour* pelo quarto.

Fonte: https://www.youtube.com/watch?v=zPTIdrTf_kQ&t=127s. Acesso em: 21 mar. 2021.

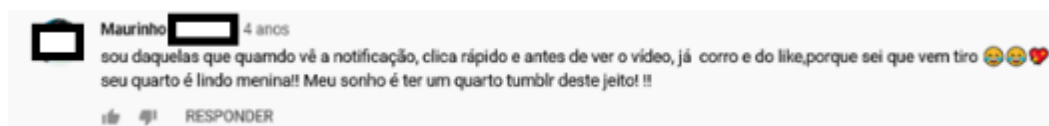


Figura 82 – Comentário feito por internauta em vídeo de *tour* pelo quarto.

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=oyKTvEXmeHM>. Acesso em: 21 mar. 2021.

Se as almofadas e enfeites com símbolos do ambiente digital podem ser adquiridos em lojas, assim como vários itens de casa e de decoração que simulam uma estética do *Pinterest* e do *Tumblr*, há um item muito desejado e valorizado, mas que não está disponível para compra: as placas concedidas pelo *Youtube* como prêmio aos criadores de conteúdo que possuem canais na plataforma. São três os prêmios principais: prata, para canais que atingem 100 mil inscritos; ouro, para os que alcançam um milhão de inscritos; e diamante, para os que atingem a marca de 10 milhões de inscritos. Além de alcançar os números de inscrições requeridos, para receber o prêmio há que se cumprir outras exigências como estar com a conta regular na plataforma, não haver contestações por direitos autorais ou violações das diretrizes da comunidade virtual, por exemplo¹³⁵. Nos vídeos de *tour* pelo quarto que analisamos, os jovens que já receberam alguma das placas costumam colocá-las em local de destaque dentro dos quartos e chamar atenção para o item durante o vídeo (Figuras 83, 84 e 85). Isah Batista confeccionou ela mesma uma placa para comemorar a marca de 10 mil inscritos. Imprimiu, colocou em um porta-retrato e a colocou em exibição na prateleira do quarto (Figura 86).

¹³⁵ Informações disponíveis em <https://www.youtube.com/watch?v=cKBWuyOzB-o>. Acesso em: 21 mar. 2021.

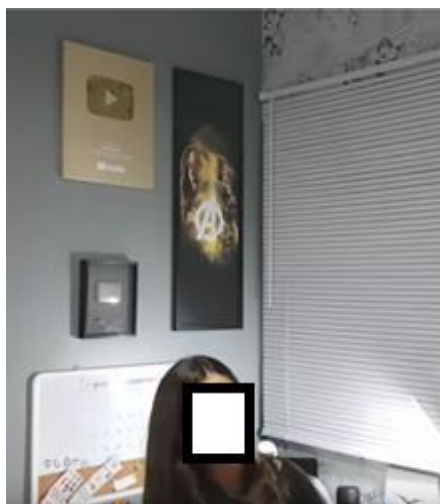


Figura 83 – Placas do *Youtube* de 100 mil e de um milhão de inscritos expostas na parede do quarto de Duda Guedes.

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=oyKTvEXmeHM>. Acesso em: 21 mar. 2021.



Figura 84 – Isa Camargo fala sobre a placa do *Youtube*: “Aqui tem minha plaquinha de 100 mil inscritos, maravilhosa!... Gente, essa plaquinha eu tenho graças a vocês. Então muito obrigada, por tudo, de verdade... É uma coisa muito especial pra mim”.

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=qTz0IG96QwI>. Acesso em: 21 mar. 2021.



Figura 85 – Bela Almada, com sua placa comemorativa de 100 mil inscritos do *Youtube*: “Aqui eu tenho a minha placa de 100 mil inscritos do Youtube. Meu Deus do céu, gente! Esse aqui é o meu maior presente que eu podia ter... que eu ganhei de vocês, gente, vocês que me proporcionaram isso”.

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=53VH0Zg10oY>. Acesso em: 21 mar. 2021.



Figura 86 – Isah Batista mostra a plaquinha que ela mesma fez para comemorar os 10 mil inscritos em seu canal no *Youtube*.

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=3buq1zh78Iw>. Acesso em: 21 mar. 2021.

Os quartos juvenis, portanto, parecem possuir uma “gramática” muito própria. Signos de linguagem, em especial aqueles característicos dos ambientes *on-line*, são transformados em objetos de decoração e de estima. Além disso, nomes próprios (nesse caso, de redes sociais na internet) assumem novos significados e funções, sendo adaptados para serem usados como adjetivos, se configurando como um recurso de comunicação muito particular dessa cultura do quarto juvenil.

Tem-se então que o espaço privado privilegiado dos quartos juvenis resguarda uma intimidade que é, em parte, planejada e calculada com a finalidade de exibição e, em parte, preservada e articulada subjetivamente com processos de construção de identidade. As mídias que se consome nesse quarto apresentam sentidos e representações que o jovem vai interpretar e ressignificar de maneira particular. Sendo o quarto, também, como indica Kearney (2007) um espaço de produção e de distribuição de conteúdo, ao mesmo tempo que o jovem produz novas representações, as reinterpreta novamente, em um processo que se retroalimenta e que vai impactar diretamente na visão que esse jovem tem de si e do mundo. O quarto é, portanto, lugar de mediação da experiência juvenil.

Síntese do capítulo

Neste capítulo, refletimos sobre as esferas do público e do privado e discutimos os processos que levaram à valorização da privacidade, e também da intimidade, na contemporaneidade. Analisamos aspectos da intimidade juvenil e do cuidadoso gerenciamento que o adolescente faz dessa intimidade, contemplando aquilo que deve permanecer na esfera individual e aquilo que é elaborado para exibição pública, em especial via redes *sociais on-line*, consistindo no que Tisseron (2013) denomina de “extimidade”. Ainda, refletimos sobre o quarto juvenil enquanto lugar privilegiado de mediação, onde o jovem elabora e produz sentido a partir do conteúdo midiático a que tem acesso, ao mesmo tempo em que “midiatiza” esse quarto como forma de comunicação e consolidação de si e de seu lugar no mundo.

6. Considerações finais

É comum ouvirmos relatos de pais que não veem com bons olhos o fato de seus filhos passarem muito tempo trancados em seus quartos. Diz-se que estão isolados, que não convivem com a família e amigos, que perdem tempo demais nas telas. Estariam prejudicando seus laços sociais, sua saúde física e mental e deixando de aproveitar as coisas boas da vida¹³⁶. O fato é, porém, que enquanto estão em seus quartos, sozinhos, com a porta fechada, muitos processos bastante significativos se dão nas vidas desses adolescentes. Processos esses, dos quais os adultos estão apartados. Como sugerimos em nossa hipótese, há uma pulsante cultura do quarto juvenil na contemporaneidade, que “cola” o jovem ao seu quarto, ora como consumidor, ora como produtor, mas sempre como protagonista de uma narrativa de si que perpassa os mais diversos âmbitos de sua vida. Ao mesmo tempo que o jovem olha para dentro em um delicado e complexo processo de constituição de suas subjetividades, ele também se volta para fora, se comunica como forma de validar sua existência. Se cada sujeito tem uma experiência muito particular, essa é uma experiência que é comum aos sujeitos, trata-se de uma pluralidade de vivências particulares que se dão ao mesmo tempo e, juntas, representam essa cultura do quarto juvenil, e mais além, fornecem pistas para a compreensão de aspectos basilares da própria juventude.

Vivemos na era das representações midiáticas, que são produzidas e veiculadas o tempo todo. Quanto mais plurais as mídias, mais plurais também as representações. Se antes os veículos de comunicação de massa concentravam o que era veiculado, com a popularização da internet e das múltiplas plataformas de comunicação e conteúdo *on-line*, há espaço para todos (ou quase todos). Fato é que os jovens se apropriaram dessa oportunidade como nenhum outro grupo e se lançaram a ocupar esses espaços. Se as juventudes são muitas, como já afirmava Groppo (2000), elas começaram a produzir representações “mais representativas”, mais fiéis à forma como gostariam de se ver e de serem vistos. Ao se candidatarem

¹³⁶ No Japão, identificou-se uma condição patológica, denominada de *hikikomori*, que é quando esse isolamento dos jovens assume níveis muito prejudiciais, caracterizando fobia social e causando grande sofrimento psicológico: “O termo *hikikomori* se refere tanto à condição quanto às pessoas vítimas dela e foi cunhado pelo psicólogo japonês Tamaki Saito em seu livro *Isolamento social: uma adolescência sem fim*, de 1998” (BBC News, 2019). Atualmente, a condição já foi identificada em jovens de diversos outros países. Informações disponíveis em: <https://www.bbc.com/portuguese/vert-fut-47441793>. Acesso em: 1 abr. 2021.

a mostrar seus quartos no site *Capricho* ou gravarem vídeos detalhados desses espaços para postar no *Youtube*, os jovens reconhecem e reivindicam o reconhecimento de outros para a legitimidade dos quartos enquanto espaços simbólicos representativos de si. Simultaneamente o consumo dessas representações apresenta possibilidades de identificação, inspiração, aspiração, reconhecimento e pertencimento, que vão refletir em como esses sujeitos vivenciam seus quartos, os modificam, e assim, gerem novas representações. É um processo vivo e dinâmico, que conchama à participação do jovem. Assim, como afirma Winocour (2011):

As comunidades virtuais, as redes sociais online e o telefone celular têm se legitimado entre os jovens como as formas de inclusão social por excelência. O medo de ser excluído não é um traço distintivo dos jovens, mas, nesse caso, ser ou não ser parte de algo, assim como ser aceito ou rejeitado por fazer ou não fazer parte disso, é marca fundamental no processo de construção da identidade, tanto online quanto off-line. Estar conectado implica essencialmente estar visível. A visibilidade é a garantia de inclusão em um mundo cuja representação passou do palpável para o comunicável (WINOCOUR, 2011, p. 180).

Na elaboração de suas subjetividades e na construção das narrativas de si os jovens lançam mão de recursos variados. Não só os quartos, mas todas as coisas e objetos que se coloca dentro desse cômodo, vão dar suporte a esse processo. Se é na escola que a criança incorpora a dimensão social em sua experiência diária, através da interação para além de sua família, é no quarto que o adolescente, já mais autônomo em relação aos pais, incorpora a dimensão midiática a partir de sua mediação subjetiva. O jovem seleciona o que gosta e o que não gosta, organiza seu gosto nas paredes, portas e prateleiras, cuida e prepara cada detalhe, construindo para si um universo particular na forma de colagem ou pastiche, produzindo sentido, ao mesmo tempo em que elabora, a partir dessas materialidades, a sua própria identidade. O quarto é, portanto, uma espécie de galeria midiática mediada pela experiência juvenil.

Com o avançar do jovem em direção à fase adulta, com um aumento gradativo de responsabilidades e conquista de autonomia, novos “marcadores sociais” vão sendo incorporados a esse quarto. Assim, a falta de um quarto para o adolescente denota a falta, nessas condições de vida, de ritos de passagem mais marcados e, conseqüentemente, denota também a falta de reconhecimento da “moratória social” (Groppo, 2015), ou seja, de um reconhecimento do coletivo de

que esse sujeito tem direito a uma experiência juvenil. Não ter um quarto dentro de casa pode ser, a princípio, um marcador de desigualdade de classe, mas também geracional, quando comparado com seus pares.

Para além do ideal de um quarto exclusivo, os jovens compartilham significados atribuídos aos objetos que eles colocam lá dentro e que vão compor uma cultura material que é elaborada nesse contexto da juventude. A partir de alguns desses objetos reconhecidos e valorizados dentro dessa cultura de quarto, há tentativas de singularização de alguns itens, que vão somar, a esse significado compartilhado, uma história particular. Trata-se aqui da discussão de Kopytoff (2008), que considera o que há de cultural e de individual em cada coisa. Ainda que reconhecido e valorizado pelo grupo, determinado objeto só se credencia a participar de determinado quarto se houver aderência àquela determinada subjetividade particular de seu dono. Isso porque os quartos orgulhosamente exibidos precisam atender ao requisito da autenticidade. Para Charles Taylor (2010), vivemos sob a moral do ideal de autenticidade moderno que propõe que cada ser humano possui um modo único de viver e que é preciso viver de acordo com essa essência, sem imitar ninguém e reforçando aquilo que é próprio e intrínseco a cada um:

Ser fiel a mim significa ser fiel à minha própria originalidade, e isso é uma coisa que só eu posso articular e descobrir. Ao articular isso, eu também me defino. Estou realizando uma potencialidade que é propriamente minha. Essa é a compreensão por trás do ideal moderno de autenticidade e dos objetivos de autorrealização e autossatisfação nos quais são usualmente expressos. Esse é o pano de fundo que confere força moral à cultura da autenticidade, incluindo suas formas mais degradadas, absurdas ou triviais. É o que dá sentido à ideia ‘fazer suas próprias coisas’ ou ‘encontrar sua própria realização’ (TAYLOR, 2011, p. 39).

O quarto autêntico é aquele que “tem a cara” de seu dono. Exibir esse quarto, então, dando acesso público ao que é considerado o reduto da privacidade juvenil, funciona como uma espécie de garantia, um selo de veracidade, de que aquele sujeito é mesmo como diz ser, como se apresenta nas mídias. O quarto, e toda sua materialidade, atesta, ou se propõe a atestar, as subjetividades reivindicadas. O quarto autêntico é a alegoria do adolescente.

Se o quarto é, por excelência, o território sagrado da intimidade juvenil, é preciso destacar que há uma gestão cuidadosa da visibilidade dessa intimidade. Nem toda intimidade é potencial extimidade (TISSERON, 2013). Cabe aqui

destacar aquilo que não se mostra nos quartos analisados, ou seja, que é do âmbito da invisibilidade. Conflitos com os pais, questões da sexualidade, possíveis sofrimentos psicológicos, sentimento de insegurança e exclusão, entre outros aspectos, nada disso faz parte da “agenda” do quarto adolescente.

Ao nos lançarmos nessa pesquisa, nos guiamos no intuito de conhecer expressões da cultura do quarto juvenil no contexto brasileiro. Identificamos muitos traços em comum com o que se dá nos Estados Unidos e Europa, onde foi realizada a maioria das pesquisas que basearam nossa bibliografia. Um aspecto marcante para nós e que, em princípio, não foi ressaltado nesses estudos, é a questão da religião, muito presente nos quartos que analisamos. A Bíblia, imagem de santos, terços, escapulários, orações impressas, estão integrados à cultura material dos quartos observados, o que pode ser um reflexo do perfil religioso da população do país: 64,6% dos brasileiros declaram-se católicos¹³⁷. O culto às imagens e objetos sacros é constituinte da prática católica. Nos pareceu um traço mais específico da nossa cultura também as adaptações feitas para se ter acesso a objetos desejados, mas que o jovem não consegue comprar, por diferentes razões. Na ausência de um quadrinho com sua frase preferida para colocar na parede, a jovem escreve o texto em uma cartolina e cola na cabeceira da cama, exibindo-a com orgulho. Se o *Youtube* concede uma placa como prêmio aos criadores de conteúdo que alcançam pelo menos o número de 100 mil inscritos em seu canal, marcos menores, mas valorizados pelo jovem, podem receber placas que ele mesmo vai confeccionar para marcar sua conquista. Assim, a jovem imprime uma folha com seu número de 10 mil seguidores, coloca em um porta-retratos e o incorpora a uma posição de destaque em sua prateleira. Não observamos sistematicamente representações de quartos juvenis em outros países, mas comentamos aqui sobre o que os pesquisadores estrangeiros relataram em seus artigos e livros sobre suas pesquisas. Cabe mencionar também que, no Brasil, de modo geral, os jovens moram por mais tempo com seus pais, o que estende o tempo da vivência dessa cultura de quarto juvenil. Nos Estados Unidos, por exemplo, é muito comum que os jovens saiam de casa para cursar a faculdade ou mesmo para dividir a moradia com amigos ou parceiros românticos. Aqui, para além da “juventude estendida”, temos “a cultura do quarto estendida”.

¹³⁷ Dados do censo demográfico realizado em 2010 pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE.

Certamente, há muito o que podemos avançar com pesquisas que se voltem para o estudo de experiências do quarto juvenil no Brasil a partir de outras configurações, por exemplo, com quartos compartilhados por mais de duas pessoas, sendo todas jovens ou com maiores diferenças de idade entre si, estudos voltados para representações midiáticas outras desses quartos, em novelas, séries e diversos produtos midiáticos, pesquisas que se voltem para a questão de gênero, identificando similaridades e diferenças desse aspecto na cultura de quarto, segmentação do estudo do quarto por classe social, contemplando jovens com menos acesso ao consumo, entre muitos outros.

Cabe comentar que em nossas análises, no *corpus* contemplado, a cultura do “faça você mesmo” (do inglês, *Do it yourself* – DIY) apareceu apenas de maneira tímida, de certa forma improvisada. Foi mais comum nas matérias do site *Capricho* do que nos vídeos de *tour* pelo quarto. Nos pareceu mais um valor propagado do que efetivamente praticado. Mais do que confeccionar pessoalmente seus objetos, o que vimos com mais frequência foi a valorização da forma como cada um, individualmente, maneja os objetos disponíveis. De qualquer forma, podemos considerar que o próprio vídeo de *tour* pelo quarto é, em si, um exemplo da prática do fazer próprio, sendo tão comum que o jovem, sozinho, planeje, grave, edite e publique ele mesmo os seus vídeos. Por outro lado, o “gastar pouco” para ter o quarto dos sonhos apareceu como um valor almejado. Ao mostrar um item considerado *muito legal*, o adolescente destacava ter custado pouco, dava dicas de onde comprar, ressaltando que seria possível para muitos ter acesso ao item. Aqui, o objeto não é valorizado por ser caro, mas pelo seu exato oposto. Comprar um item *bacana* por um baixo preço é motivo de orgulho.

Tentamos aqui tratar de maneira similar as análises dos dois segmentos que compuseram o *corpus* da pesquisa. Vale ressaltar, porém que, para nós, os vídeos de *tour* pelo quarto acabaram por se configurar como um material mais rico para análise. Acreditamos que o principal motivo para tal seja o formato diferenciado mesmo dessas mídias, que implica no volume de informações disponíveis. As matérias do site *Capricho* são curtas, se configurando em entrevistas com cinco ou seis perguntas, que direcionam as falas do entrevistado. As respostas publicadas também são curtas e há espaço para apenas cinco ou seis fotos de cada quarto retratado. Já os vídeos de *tour* no *Youtube* podem chegar a ter 15 ou 20 minutos de duração e permitem “ouvir” bem mais o que diz o jovem, “ver” as suas coisas com

muito mais detalhes e observar por vezes até aquilo que lhe escapa, que ele não exhibe intencionalmente, mas aparece rapidamente atrás no plano de fundo ou mesmo em um cantinho que se mostrou apenas bem rapidamente. De qualquer forma, acreditamos que ambas partes do *corpus* se complementam e, juntas, possibilitaram uma análise mais rica de nossa parte.

Para finalizar, há que se comentar um fato de grande importância. Entre o início e o fim dessa pesquisa, o mundo e a nossa sociedade se transformaram de maneira assustadora. Em 11 de março de 2020, a Organização Mundial de Saúde (OMS) declarou a pandemia de Covid-19, doença causada pelo coronavírus SARS-Cov-2, identificado na China no final de 2019, mas que se alastrou a nível mundial nos primeiros meses de 2020. O impacto da pandemia tem sido devastador nas mais variadas esferas de nossas vidas. Hoje, no momento em que escrevo essas considerações, em 2 de abril de 2021, o Brasil soma mais de 328 mil mortos pela doença, número que chega a 2,84 milhões no mundo, e o controle da pandemia parece ainda muito distante. Nesse exato momento, o Brasil é o epicentro da pandemia, com 66.868 mortes registradas apenas no último mês de março¹³⁸. Há os que estão agora enfrentando a doença, com sintomas leves, em casa, há os que estão hospitalizados, em leitos de enfermaria ou UTI e há muitos que precisam de cuidados intensivos, mas vão falecer por falta de hospitais e atendimento médico adequado, o sistema de saúde está em colapso. Tantas pessoas perderam seus empregos, outros faliram, tantas famílias tiveram diminuição brusca de renda. Há um número enorme de cidadãos lidando com a fome.

Nada se compara à dor de todos que perderam pessoas queridas. Ainda assim, cabe tentarmos refletir aqui sobre outros impactos da pandemia, de certa forma secundários, mas também muito importantes. O isolamento social, uma das medidas comprovadas como mais eficientes para tentar diminuir a circulação do vírus e consequentemente o número de casos da doença, confinou em casa mais de um terço da população mundial, por períodos e rigidez variadas. Nesse contexto, mais especificamente falando sobre os estudantes, metade deles no mundo ficaram sem aulas presenciais¹³⁹ e no Brasil estima-se que esse número é de mais de 1,1

¹³⁸ Dados disponíveis em: <https://g1.globo.com/bemestar/coronavirus/noticia/2021/04/01/66868-despedidas-brasil-termina-pior-mes-da-pandemia-com-recorde-de-mortes-em-dois-tercos-do-pais.ghtml>. Acesso em: 2 abr. 2021.

¹³⁹ Dados disponíveis em <https://g1.globo.com/educacao/noticia/2020/03/18/unesco-metade-dos-estudantes-do-mundo-sem-aulas-por-conta-da-covid-19.ghtml>. Acesso em: 29 jun. 2020.

milhão de alunos¹⁴⁰. No país, há muitos jovens que já completaram mais de um ano fora do ambiente escolar. Com as famílias reclusas em casa, os jovens, mais do que nunca, se trancaram em seus quartos. Diante de tantas incertezas, imensas agora, como já eram há um ano atrás, decidimos, como anteriormente previsto, por não contemplar registros do ano de 2020 em nosso *corpus*, por entendermos não haver distanciamento possível para análise desse período tão conturbado, com transformações que ainda estão em andamento e tendo em vista a necessidade de aprofundamento das questões que são discutidas em uma tese de doutorado. Podemos afirmar, porém, que os impactos de tudo isso na vida dos jovens tem sido enorme e a relação deles com seus quartos se intensificou e estreitou ainda mais do que o que observamos em nossa pesquisa.

Se, como vimos, muitos dos ritos de passagem tradicionais da adolescência se enfraqueceram e novos “marcadores sociais” podem ser observados dentro dos quartos, como a movimentação dos brinquedos das prateleiras para dentro dos armários, a entrada da escrivainha para estudos e a aquisição da penteadeira repleta de maquiagens, vimos acontecer ao longo desse ano, “dentro dos quartos”, via computadores e celulares, cerimônias de formatura da escola ou faculdade, provas de vestibular realizadas em ambiente *on-line*, “trote” de recém-chegados à faculdade, entrada no mercado de trabalho via *home office*, comemorações de 15 anos por videoconferência substituindo as grandes festas, entre tantos outros marcos importantes.

Os espaços públicos e privados nunca tiveram suas fronteiras tão embaçadas. Se o quarto é o cenário preferido de tantos jovens ao gravarem vídeos para o *Youtube*, agora, mais que uma preferência, ele é muitas vezes o único cenário possível. Não se pode mais ir e vir como antes. Esse “quarto-cenário” está ocupando espaços nunca antes vistos, ele invadiu as salas de aula remotas, as cerimônias religiosas, as entrevistas para estágio e emprego, os consultórios médicos, entre tantos outros ambientes difíceis de se imaginar anteriormente. As sociabilidades foram impactadas, os afetos se expressam via telas, os lutos são sem abraços e as subjetividades procuram brechas para se expressar. As mídias trazem o mundo para

¹⁴⁰ Dados disponíveis em <https://www.jornalopcao.com.br/reportagens/pandemia-tira-11-milhao-de-alunos-das-salas-de-aula-e-obriga-educacao-a-se-reinventar-245538/https://www.jornalopcao.com.br/reportagens/pandemia-tira-11-milhao-de-alunos-das-salas-de-aula-e-obriga-educacao-a-se-reinventar-245538/>. Acesso em: 29 jun. 2020.

dentro do quarto ao mesmo tempo em que mostram esse quarto ao mundo. Esses jovens se adaptam à nova realidade, resistem e ressignificam, se comunicam, se expressam e se relacionam, mais do que nunca, de dentro de seus quartos. Se dedicar a melhor compreender todas essas mudanças, que aqui apenas esboço, é certamente um desdobramento válido para pesquisas futuras.

Para finalizar, vale ressaltar que, tal qual meu objeto de estudo, meu próprio olhar de pesquisadora tem sido transformado. Se o planejamento da pesquisa, rotina de trabalho, cronogramas, foco e concentração, foram todos “atropelados” por tantas mudanças, eu também, subjetivamente, já não sou a mesma pessoa que iniciou essa pesquisa. Minha sensibilidade, modo de viver, compreensão de mundo, a minha escrita, meu olhar para os fenômenos observados, são todos impactados pela pandemia e suas consequências. São tempos difíceis. A ciência, nossa maior esperança para lidar com esse caos, como vem fazendo através do desenvolvimento de vacinas e tratamentos efetivamente eficazes, entre tantas outras frentes de atuação, é desvalorizada e desacreditada em nosso país, agora mais do que nunca. Sofre ataques de todos os lados. Cabe a nós, cientistas, resistir. Apesar de tantas dificuldades, especialmente na área das ciências humanas e sociais, humildemente assumo meu papel enquanto agente dessa resistência.

7. Referências bibliográficas

“Adolescence science must grow up. Young people get a raw deal from society. Targeted study and approaches as part of a new global effort are urgently needed to help them”. In: **Nature**, Vol. 554, 22, 2018, p. 403.

ANTUNES, Amanda; AZEVEDO, Marcella. “Tão famosos que você provavelmente nunca ouviu falar”: uma reflexão sobre a “nova” categoria de sujeitos influenciadores do consumo. In: **Revista FAMECOS**, 26(3), e33624, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.15448/1980-3729.2019.3.33624>. Acesso em: 27 mar. 2021.

APPADURAI, Arjun. “Introdução: mercadorias e a política de valor”. In: **A vida social das coisas: As mercadorias sob uma perspectiva cultural**. Niterói: Editora da Universidade Federal Fluminense, 2008.

ARIÈS, Philippe. “Por uma história da vida privada”. In: CHARTIER, Roger (org.). **História da vida privada, 3: da Renascença ao Século das Luzes**. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

_____. **História Social da Criança e da Família**. Rio de Janeiro: LTC, 1981.

ARTIÈRES, Philippe. “Arquivar a própria vida”. In: **Revista Estudos Históricos**, v. 11, n. 21, 1998, p. 9-34. Disponível em <http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/reh/article/view/2061/1200>. Acesso em: 27 mar. 2021.

AUBERT, Nicole; HAROCHE, Claudine. “Ser visível para existir: a injeção da visibilidade. In: AUBERT, Nicole; HAROCHE, Claudine (orgs.). **Tirania da visibilidade: o visível e o invisível nas sociedades contemporâneas**. São Paulo: Fap-Unifesp, 2013.

AZEVEDO, Marcella Silva; Pereira, Cláudia da Silva. **Fala sério, adolescente!: um estudo sobre consumo, celebridades e representações sociais a partir da obra da escritora Thalita Rebouças**. Rio de Janeiro, 2015. 120 p. Dissertação de Mestrado – Departamento de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

BARUS-MICHEL, Jacqueline. “Uma sociedade nas telas”. In: AUBERT, Nicole; HAROCHE, Claudine (orgs.). **Tirania da visibilidade: o visível e o invisível nas sociedades contemporâneas**. São Paulo: Fap-Unifesp, 2013.

BAUDRILLARD, Jean. **A Sociedade de Consumo**. Lisboa, Portugal. Edições 70, 2008.

_____. **O sistema dos objetos**. São Paulo: Perspectiva, 2009. 5.ed.

BIRMAN, Joel. “Sou visto, logo existo: a visibilidade em questão”. In: AUBERT, Nicole; HAROCHE, Claudine (orgs.). **Tirantias da visibilidade**: o visível e o invisível nas sociedades contemporâneas. São Paulo: Fap-Unifesp, 2013.

BOURDIEU, Pierre. “A ‘Juventude’ é apenas uma palavra”. In: **Questões de Sociologia**. Rio de Janeiro Marco Zero, 1983.

CALLIGARIS, Contardo. **A Adolescência**. São Paulo: Publifolha, 2000.

CAMPBELL, Collin. **A ética romântica e o espírito do consumismo moderno**. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.

CHARTIER, Roger. “As práticas da escrita”. In: CHARTIER, Roger (org.). **História da vida privada, 3**: da Renascença ao Século das Luzes. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

CLARKE, John; HALL, Stuart; JEFFERSON, Tony; ROBERTS, Brian. “Subcultures, cultures and class”. In: HALL, Stuart.; JEFFERSON, Tony. (Orgs.). **Resistance Through Rituals. Youth subcultures in post-war Britain**. Londres: Hutchinson; Birmingham: The Center of Contemporary Cultural Studies from the University of Birmingham, 1975.

COLLOMP, Alain. “Famílias. Habitações e coabitações”. In: CHARTIER, Roger (org.). **História da vida privada, 3**: da Renascença ao Século das Luzes. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

CORBIN, Alain. “O segredo do indivíduo”. In: PERROT, Michelle (org.). **História da vida privada, 4**: da Revolução Francesa à Primeira Guerra. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

DAMATTA, Roberto. “Individualidade e liminaridade: considerações sobre os ritos de passagem e a modernidade”. In: **Mana**, 6(1), 7-29, 2000.

DANT, Tim. “Materiality and society”. In: **British Journal of Sociology**, Vol. 57 (2): 289-308, 2006. Disponível em <http://core.ac.uk/download/pdf/71307.pdf>.

DOUGLAS, Mary; ISHERWOOD, Baron. **O mundo dos bens**: para uma antropologia do consumo. 2 edição. Rio de Janeiro, Editora UFRJ, 2013.

DURKHEIM, Émile. **Sociologia e filosofia**. Rio de Janeiro e São Paulo: Ed. Forense, 1970.

ELIAS, Norbert. **O processo civilizador – Volume 1**: Uma História dos Costumes. 2.ed. – Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

FEIXA, Carles. “O quarto dos adolescentes na era digital”. In: COSTA, Márcia Regina da; SILVA, Elisabeth Murilho da (orgs.). **Sociabilidade juvenil e cultura urbana**. São Paulo: Educ, 2006.

FOISIL, Madeleine. “A escritura do foro privado”. In: CHARTIER, Roger (org.). **História da vida privada, 3: da Renascença ao Século das Luzes**. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

FONSECA JÚNIOR, Wilson Corrêa da. “Análise de conteúdo”. In: DUARTE, Jorge & BARROS, Antonio (org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2009.

FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel & AMARAL, Adriana. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

FRANÇA, Vera Regina Veiga. “Representações, mediações e práticas comunicativas”. In: PEREIRA, Miguel; GOMES, Renato Cordeiro; FIGUEIREDO, Vera Lúcia Follain de. **Comunicação, representação e práticas sociais**. Rio de Janeiro: PUC Rio; Aparecida: Idéias & Letras, 2004.

GENNEP, Arnold van. **Os ritos de passagem**. Petrópolis: Vozes, 2013.

GIDDENS, Anthony. **Modernidade e Identidade**. Rio de Janeiro, Zahar, 2002.

GOULEMOT, Jean Marie. “As práticas literárias ou a publicidade do privado”. In: CHARTIER, Roger (org.). **História da vida privada, 3: da Renascença ao Século das Luzes**. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

GROPPO, Luís Antonio. “Teorias críticas da juventude: geração, moratória social e subculturas juvenis”. In: **Em Tese**, Florianópolis, v. 12, n. 1, jan./jul., 2015. ISSN: 1806-5023. Disponível em <http://dx.doi.org/10.5007/1806-5023.2015v12n1p4>. Acesso em: 31 mar. 2021.

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

HAROCHE, Claudine. “A invisibilidade proibida. In: AUBERT, Nicole; HAROCHE, Claudine (orgs.). **Tiranias da visibilidade: o visível e o invisível nas sociedades contemporâneas**. São Paulo: Fap-Unifesp, 2013.

HOBBSAWM, Eric. **A Era do Capital: 1848-1875**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2007.

HODKINSON, Paul; SIÂN, Lincoln. Online journals as virtual bedrooms? Young people, identity and personal space. In: **Young**, 16:1, p. 27–46, 2008.

HUNT, Lynn. “Revolução Francesa e vida privada”. In: PERROT, Michelle (org.). **História da vida privada, 4: da Revolução Francesa à Primeira Guerra**. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

HUNTER, Jane. **How young ladies became girls: the victorian origins of American girlhood**. 2002. Estados Unidos, Yale University.

JAUÉGUIBERRY, Francis. “A exposição de si na internet: a preocupação de estar além das aparências. In: AUBERT, Nicole; HAROCHE, Claudine (orgs.). **Tirania da visibilidade: o visível e o invisível nas sociedades contemporâneas**. São Paulo: Fap-Unifesp, 2013.

KEARNEY, Mary Celeste. “Productive spaces: Girls' bedrooms as sites of cultural production”. In **Journal of Children and Media**, 2007, 1:2, 126-141, DOI: 10.1080/17482790701339126.

KOPYTOFF, Igor. “A biografia cultural das coisas: a mercantilização como processo”. In: **A vida social das coisas: As mercadorias sob uma perspectiva cultural**. Niterói: Editora da Universidade Federal Fluminense, 2008.

LEBRUN, François. “As Reformas: devoções comunitárias e piedade pessoal”. In: CHARTIER, Roger (org.). **História da vida privada, 3: da Renascença ao Século das Luzes**. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

LINCOLN, Siân. **Youth Culture and Private Space**. London: Palgrave Macmillan, 2012.

LIVINGSTONE, SONIA. “From family television to bedroom culture: young people's media at home”. Originally published in Devereux, Eoin, (ed.) **Media studies: key issues and debates**. London, UK: SAGE Publications, pp. 302-321. Disponível em: <http://eprints.lse.ac.uk/2772/>. Available in LSE Research Online: February 2010. Acesso em: 27 mar. 2021.

MARTIN-FUGIER, Anne. “Os ritos da vida privada burguesa”. In: PERROT, Michelle (org.). **História da vida privada, 4: da Revolução Francesa à Primeira Guerra**. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

MAUSS, Marcel. “As técnicas do corpo”. In: **Sociologia e Antropologia**. São Paulo: Cosac& Naify, 2007. P. 399-422

_____. ENSAIO SOBRE A DÁDIVA – Forma e razão da troca nas sociedades arcaicas In: **Sociologia e Antropologia**. São Paulo. Cosac Naif. 2003.

MCCRACKEN, Grant. **Cultura e Consumo II**. Rio de Janeiro, RJ: Mauad, 2012.

_____. **Cultura e Consumo**. Rio de Janeiro, RJ: Mauad, 2003.

MCROBBIE, Angela.; GARBER, Jenny. “Girls and subcultures”. In: HALL, Stuart; JEFFERSON, Tony (Orgs.). **Resistance Through Rituals. Youth subcultures in post-war Britain**. Londres: Hutchinson; Birmingham: The Center of Contemporary Cultural Studies from the University of Birmingham, 1975. p. 209-222.

MILLER, Daniel. Behind Closed Doors. In: MILLER, D. **Home Possessions: material culture behind closed doors**. New York: Berg Publishers, 2001.

MILLER, Daniel. **The comfort of things**. Polity Press, Cambridge, UK, 2008.

_____. **Trecos, troços e coisas:** estudos antropológicos sobre a cultura material. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

MOREIRA, Sonia Virgínia. “Análise documental como método e como técnica”. In: DUARTE, Jorge & BARROS, Antonio (org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação.** São Paulo: Atlas, 2009.

MORIN, Edgar. **Cultura de massas no século XX.** Volume 1: Neurose. 10a edição. Rio de Janeiro. Forense Universitária, 2011.

_____. **Cultura de massas no século XX.** Volume 2: Necrose. 3ª edição. Rio de Janeiro. Forense Universitária, 2009.

MOSCOVICI, Serge. **Representações sociais:** investigações em psicologia social. Petrópolis: Vozes, 2011.

PAIS, José Machado. A Juventude como Fase de Vida: dos *ritos de passagem* aos *ritos de impasse*. In: **Saúde Soc.** São Paulo, v.18, n.3, p.371-381, 2009.

PAIS, José Machado. A Simbologia dos Apelidos na Vida Cotidiana Escolar. **Educação & Realidade**, Porto Alegre, v. 910 43, n. 3, p. 909-928, jul./set. 2018

PAIS, José Machado. **Culturas Juvenis.** Lisboa: INCM, 1993, p. 89-193.

PENNER, Barbara. A World of unmentionable suffering: Women’s public conveniences in Victorian London. In: CANDLIN, Fiona; GUINS, Raiford (ed.). **The object reader.** London: Routledge, 2009.

PERROT, Michelle. **História da vida privada, 4:** da Revolução Francesa à Primeira Guerra. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

_____. **História dos quartos.** São Paulo: Paz & Terra, 2011.

POLLAK, Michael. Memória e identidade social. **Estudos Históricos.** Rio de Janeiro, v. 5, n.10, 1992

REBANE, Gala. A ‘parlour of one’s own’? The YouTube room tour genre. In: **Continuum: Journal of Media & Cultural Studies**, 2019, VOL. 33, NO. 1, 51–64. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/10304312.2018.1536968>. Acesso em: 27 mar. 2021.

REID, Jason. **Get out of my room!:** a history of teen bedrooms in America. Chicago; London: The University of Chicago Press, 2017.

ROCHA, Everardo. **Magia e capitalismo:** um estudo antropológico da publicidade. Editora Brasiliense, 1985.

ROCHA, Everardo; PEREIRA, Cláudia. **Juventude e consumo:** um estudo sobre a comunicação na cultura contemporânea. Rio de Janeiro: Mauad X, 2009.

SAHLINS, Marshall. **Cultura e Razão Prática**. Zahar. Edição digital: julho 2012. Rio de Janeiro. ISBN: 978-85-378-0533-6

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

SENNETT, Richard. **O declínio do homem público**. Rio de Janeiro: Record, 2014.

SIBILIA, Paula. **O show do eu**: a intimidade como espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto, 2016.

STEELE, Jeanne R.; BROWN, Jane D. “Adolescent Room Culture: Studying Media in the Context of Everyday Life”. In: **Journal of Youth and Adolescence**, Vol 24, No. 5, 1995

TAYLOR, Charles. **A ética da autenticidade**. São Paulo: É Realizações, 2011.

TISSERON, Serge. “As novas redes sociais: visibilidade e invisibilidade na internet”. In: AUBERT, Nicole; HAROCHE, Claudine (orgs.). **Tiranias da visibilidade**: o visível e o invisível nas sociedades contemporâneas. São Paulo: Fap-Unifesp, 2013.

TURNER, Victor. **O processo ritual**: estrutura e antiestrutura. Petrópolis: Ed. Vozes, 2013.

VELHO, Gilberto. “Memória, identidade e projeto”. In: **Projeto e metamorfose**: antropologia das sociedades complexas. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1994.

_____. **Nobres & anjos**: um estudo de tóxicos e hierarquia. Rio de Janeiro, Editora Fundação Getúlio Vargas, 1998.

WINOCOUR, Rosalía. “O lugar da intimidade nas práticas de sociabilidade juvenis”. In: **Matrizes**, USP, vol. 5, n. 1, jul-dez., 2011, pp. 179-193. Disponível em <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=143022280010>. Acesso em: 27 mar. 2021.