

## MÍDIA, SOCIEDADE E CONTRACULTURA

**Luís Antonio Groppo**

Professor Doutor em Ciências Sociais pela Universidade Estadual de Campinas  
Professor dos Cursos de Comunicação Social (Habilitação em Publicidade e Propaganda) e  
Turismo do Centro Universitário Salesiano de São Paulo, Unidade Americana/SP

### **Resumo:**

O *paper* procura articular diversos aspectos e dimensões envolvidos na conjunção Contraculturas, mídias e nascente sociedade de consumo, tomando a análise e o relato de diversos analistas e agentes sociais envolvidos com os movimentos juvenis nos anos 1960. Defende-se que as mídias tiveram papéis contraditórios nas inter-relações complexas entre contraculturas e sociedade contemporânea. Dependendo do ângulo vislumbrado da realidade, as mídias ora beneficiam as revoltas juvenis, ora ajudam o seu “esvaziamento”. Enfim, no entanto, foi muito relevante o papel das mídias para o inesperado entrelaçamento entre os valores “anti-modernos” da Contracultura e os valores hedonistas presentes na sociedade de consumo “pós-moderna”.

### **Palavras-chave: Contracultura, Movimentos juvenis, Sociedade de Consumo**

Este texto tem o objetivo de discutir as diversas interpretações sobre as pretensas relações entre os seguintes fenômenos: Contracultura, indústria cultural e sociedade de consumo. Relações cujo momento mais marcante é justamente o do auge das Contraculturas, a segunda metade dos anos 1960.

Os anos 1960 definiram uma questão muito polêmica a respeito do papel da mídia e da indústria cultural em relação aos movimentos juvenis de contestação. Alguns, em sua maior parte conservadores, denunciavam que a grande mídia tinha culpa no fenômeno da multiplicação das revoltas. Outros, como os *yippies*, influenciados por Marshall McLuhan, discutiam a possibilidade de utilizar a mídia em favor da contestação. Quanto aos pensadores progressistas ou afiadados às esquerdas, em sua grande parte, principalmente depois dos anos 1960, passaram a ilustrar que a mídia e a indústria cultural foram muito importantes para a “domesticação” das rebeliões juvenis – através de diversos processos ou combinando-os, como a adaptação a clichês padronizados, a apropriação de formas e conteúdos e a criação de produtos culturais baseados nos valores da juventude rebelde (constituindo assim um novo mercado juvenil).

O que se percebe é que as relações entre a mídia e a onda mundial de revoltas foram complexas e repletas de fenômenos contraditórios e surpreendentes. Mídia e juventudes em revolta se fizeram transformar nos anos 1960 – num processo que, em muitos sentidos, continuou o que se observava desde o *rock and roll* nos anos 1950. Ou seja, nenhum dos dois, juventude rebelde e indústria cultural, saíram “ílesos” ao fim deste entrelaçamento inesperado, brutal mas inevitável entre estas duas grandes forças transformadoras da contemporaneidade. Cada aspecto apontado pelos que viram na mídia a redenção ou a perdição das rebeliões juvenis tem que ser levado em conta, pois revela uma face a mais deste encontro marcante para a vida cultural desde então.

Não é à toa que os anos 1960 trouxeram à tona o filósofo canadense Marshall McLuhan. Em 1964, era lançado seu livro *Understanding Media*, apregoando polemicamente que era a própria natureza humana quem seria transformada pelo advento das mídias eletrônicas. No rastro de McLuhan, Meyrowitz parece nos demonstrar que, em certo sentido, a

própria mídia eletrônica foi a criadora da geração que iria promover uma onda de revoltas nos anos 1960. No seu estudo, Meyrowitz afirma que a mídia eletrônica, principalmente a televisão, criou uma nova relação entre as gerações do pós-guerra, ao socializar de uma nova forma as crianças a partir de então. A mídia eletrônica rompia o anterior quase-monopólio familiar do acesso às informações e superava a forma paulatina e seriada, usada pelas instituições escolares, para transmitir o conhecimento. Se na escola a criança aprendia antes os mitos e depois a realidade social, confrontando-os de modo gradativo e linear, a mídia eletrônica coloca as crianças desde logo em contato com as contradições dos mitos e ideais sociais passados pela escola, família e tradição.<sup>1</sup> Algo a nos fazer refletir: a forma unilinear de pensamento, incentivada pela mídia eletrônica, não teria ajudado a levar àquelas crianças, mais tarde, a se revoltar contra o próprio mito da razão técnica, mito no qual se edificara a legitimidade dos sistemas industriais (capitalismo e socialismo)?

Os *yippies*, por sua vez, representam uma das muitas leituras de McLuhan feitas pelos agentes sociais de então. Abbie Hoffman acreditava ser a percepção da realidade uma criação da mídia, assim como a relação com a realidade. Dizia que as pessoas com mais de 50 anos, por causa do rádio, tinham que ouvir para acreditar, enquanto que as pessoas entre 30 e 50 anos, por causa da televisão, tinham que ver para acreditar. Já as pessoas com menos de 30 anos, ao se tornarem *hippies*, passaram a contestar a manipulação das imagens pela televisão. Para acreditarem em algo, precisavam mais do que ver ou ouvir – ou seja, não bastava o simples argumento racionalista e demonstrativo. Os jovens “tinham que sentir para acreditar”. Era necessário criar meios que permitissem o envolvimento e a participação deles, possibilitando que os jovens participassem da construção da sua própria percepção da realidade.<sup>1</sup> Nas utopias e nas práticas das contraculturas, muitas foram as tentativas de se criar estes “meios” que iriam gerar a imanência em vez da passividade, formas novas que conseguiriam até mesmo submeter os demais meios.<sup>1</sup> Tratam-se dos grafites em Maio de 68 (França), os cartazes em diversas revoltas juvenis, o teatro de guerrilha, os *sit-ins*, *love-ins*, *teach-ins*, festivais *hippies*, festivais de rock, experiências coletivas com drogas, experiências místicas, *show* de luzes psicodélicas, *shows* multimídias, imprensa *underground*, psicodramas coletivos em instituições culturais ocupadas pelos movimentos juvenis, arte gráfica, canções provocativas nas manifestações etc. Formas em que a participação, além de real, deveria ultrapassar as barreiras do convencional, do racional e do “audiovisual”: deveria ser uma participação emotiva, prazerosa, “espiritual” e “profunda”.

Quanto à mídia então existente, alguns saudaram entusiasmados seu impensado estímulo à rebelião contra a sociedade que a mídia devia proteger, como em Maio de 68: “Os mecanismos do sistema de informação voltaram-se contra seus autores. O gosto pelo sensacional, pelo sangue, que desvia habitualmente o leitor, o ouvinte ou o espectador da política, tornou-se em maio um fator de mobilização”.<sup>1</sup> Em compensação, ao mesmo tempo, os estudantes rebeldes em Berlim Ocidental tiveram no traste de jornais *Springer* um dos seus principais inimigos. Quanto aos que desejavam preservar a “ordem” social, o risco viria justamente do livre mercado dos meios de comunicação. Na concorrência pelo público e audiência, produziu-se uma insensata adulação da juventude e das suas formas rebeldes. André Philip destaca que, em Maio de 68, a imprensa teve um forte papel negativo, graças ao seu sensacionalismo. Rádios e imprensa escrita dedicavam-se a exaltar o extremismo estudantil e, através da dramatização sensacionalista, aumentavam o teor dos fatos.<sup>1</sup> Num tom semelhante, diria um político:

“Os jovens, que dispõem de um poder aquisitivo cada vez mais elevado, constituem uma presa tentadora para os comerciantes pouco preocupados em relação a problemas éticos. Na medida em que, por razões profundas, as jovens gerações experimentam a necessidade de afirmar-se contra as gerações mais velhas, a publicidade comercial utiliza e reforça esta

motivação para desenvolver um mercado... É um aspecto negativo de nossa sociedade de consumo ao qual os governantes deveriam dedicar-se com prioridade”.<sup>1</sup>

Outros foram mais ambíguos na descrição do perigo fomentado pela conjunção entre mídia e revolta estudantil, como Andres Garrigó. A conjunção, mais que prejudicar ou suscitar a rebelião, parecia sim consolidar ainda mais as características negativas da sociedade materialista e consumista: contraculturas transformadas em venda de discos, revistas, vestidos de moda, tráfico de drogas e pornografia; transformação da imprensa *underground* em um crescente novo mercado nos Estados Unidos; incremento na indústria de livros com a demanda por obras de Marx, Lenin, Trotsky, Mao e de novos pensadores radicais como Fanon, Reich, Goodman, Wright Mills, Marcuse e Debray – além do assédio aos líderes estudantis Cohn-Bendit e Dutschke para a edição de seus pensamentos; adoção de novas gírias e da linguagem juvenil na publicidade; o público da imprensa, ao exigir cada vez mais sensacionalismo, sem perceber ia aumentando a radicalização e fomentando “a constante renovação de mitos e ‘vedetes’”; a queda de tabus relativos à sexualidade transformaram-se em uma grande nova fonte de lucro, gerando verdadeiros complexos industriais em torno de revistas pornográficas.<sup>1</sup>

Na defesa da rebelião, Roszac vê a conjunção mídia/contraculturas como um fator extremamente negativo para o verdadeiro sentido que uma revolta contra a “sociedade tecnocrática” deveria tomar. A mídia ajuda na perversão das contraculturas, rumo à sua folclorização, rumo a modelos deturpados e estereotipados do exótico e excêntrico:

“Os chamados *beatniks* e *hippies*, sejam o que forem, nada têm a ver com aquilo em que os transformaram o *Time*, *Esquire*, *Cheeta*, a televisão, as comédias da Broadway e Hollywood. A imprensa decidiu que a rebelião ‘vende’ bem. Mas o máximo que consegue fazer é isolar as aberrações mais insólitas e, conseqüentemente, atrair para o movimento muitos *poseurs* extrovertidos... O problema é novo e difícil: uma espécie de cínica asfixia da rebeldia através da publicidade contínua, e começa a parecer que para o Sistema esta arma é muito mais eficaz do que a supressão pura e simples”.<sup>1</sup>

As contradições no confronto entre contraculturas, meios de comunicação, indústria cultural e o mercado de bens de consumo talvez tenham ganhado visibilidade extrema em dois eventos de 1969. Foram dois festivais de rock e Contracultura que reuniram centenas de milhares de jovens nos Estados Unidos: Woodstock e Altamont. Em Woodstock, numa fazenda no estado de Nova York, em agosto de 1969, com o *slogan* “3 dias de paz e amor”, foram reunidos quase todos os principais nomes do rock de então, como *The Who*, Jimi Hendrix, Janis Joplin, Crosby, Stills, Nash & Young, Joan Baez, Santana etc. O festival seria transformado em discos com altas vendas e um filme de Hollywood com grande sucesso. Mais importante, porém, foi ter conseguido reunir um público entre 500 e 600 mil pessoas: “uma demonstração convincente do poder de massa da geração *Baby Bom*. Meio milhão de pessoas se juntaram para passar um final de semana, formando a terceira maior cidade do estado de Nova York. Uma metrópole instantânea! Cem mil viagens de LSD. Dois nascimentos e três mortes, nenhuma causada por drogas”. Mas, no palco, promotores e líderes da Contracultura brigavam pelo controle do evento e “não tinham idéia de que a estrela maior desse *show* seria a multidão”.<sup>1</sup> Enquanto isto o promotor do evento, Bill Graham, era flagrado pelas câmaras que fizeram o filme *Woodstock*, xingando os garotos que invadiam o festival sem pagar, chamando-os de “escória de merda” e comparando-os a formigas da América do Sul que só podiam ser detidas com trincheiras e fogo.

Três meses depois acontecia o festival de Altamont, num autódromo perto de Oakland. O som no palco ao longe nem era muito ouvido pela multidão mais afastada, que aproveitava para exercitar sua própria música, com sons de gaitas, violões e instrumentos portáteis. Responsável pela segurança do festival, a gang dos *Hells Angels* apenas ajudou a fazer confusão, atacando em pleno palco o cantor do grupo de rock *Jefferson Airplane*. Quando os

*Rolling Stones*, a atração esperada por todos, começou a tocar, os *Hells Angels* ajudaram a patrocinar um empurra-empurra, distribuindo golpes nos que estavam mais à frente. Talvez para se defender, um jovem *hippie* e negro de 18 anos sacou uma arma e os motoqueiros reagiram matando-o a facadas, golpes com barras e pontapés. O palco foi invadido e o *show* dos *Rolling Stones* foi interrompido.<sup>1</sup> É claro que toda a grande mídia cobriu exageradamente o evento desastrado, criticando veementemente tudo o que se referia à Contracultura e às revoltas juvenis. Apesar disto, Altamont demonstrava que mesmo dentro dos sonhos *hippies*, violência e agressividade faziam uma secreta morada. Outra coisa demonstrada, na opinião de Leary, é que construíra-se uma grande distância dos grandes ídolos, produtores e até os líderes da Contracultura em relação à massa dos jovens: “Uma coisa ficou clara com relação a Woodstock e Altamont. Nenhuma das estrelas do rock ou de seus produtores tinha idéia do que estava acontecendo no planeta. A coletividade genérica estava à frente de seus líderes e porta-vozes”.<sup>1</sup>

Outros fatos ilustram mais aspectos desta contradição. Em 1967, os *Beatles* compuseram a música *All you need is love* (“Tudo o que você precisa é amor”) e a apresentaram num especial de televisão que foi transmitido via satélite para uma audiência de 200 milhões de pessoas. A música era uma clara mensagem pacifista, tipicamente *hippie*, cantada pelos *Beatles* adornados de flores e cores típicas da Contracultura. Ao mesmo tempo, era uma das primeiras vezes na história que se fazia uma transmissão via satélite, simultaneamente, para vários países do mundo. A Contracultura e o rock antecipavam-se ao *show* mega-histórico da chegada do homem à Lua.

Outro fato curioso, mas intenso e exemplar, foi o *boom* de livros sobre Maio de 1968, na França, ainda em 1968 (e, em alguns casos, ainda em maio!):

“Provavelmente, jamais houve outro movimento revolucionário com maior porcentagem de pessoas que lêem e escrevem livros; por conseguinte, não é de surpreender que a indústria editorial francesa tivesse corrido a satisfazer uma demanda aparentemente ilimitada. Ao final de 1968, pelo menos cinquenta e dois livros sobre os acontecimentos de maio haviam surgido e o fluxo continua”.<sup>1</sup>

O corrosivo pensador Jean Baudrillard opõe-se àquela interpretação vinda de dentro dos próprios rebeldes de 1968 (inclusive entre os *yippies*, citados pelo autor) de que a revolta teria se aproveitado da sua publicização pela mídia para se espalhar e radicalizar ainda mais. Na versão de diversos governos, a excessiva cobertura da mídia teria amplificado desmesuradamente 1968. A opinião do semiólogo francês alinha-se àqueles que criticam o papel da mídia no enfraquecimento da rebelião: “Eu diria, pelo contrário, que os *media* nunca desempenharam tão bem o seu papel e que, na sua função de controle social habitual, estiveram à altura dos acontecimentos”. A própria “vedetização” faz parte essencial deste processo de “domesticação” da revolta pela mídia: “A transgressão e a subversão... não passam sobre as ondas sem serem sutilmente negadas enquanto tais: transformadas em modelos, neutralizadas em signos, são esvaziadas do seu sentido”. Basicamente, argumenta Baudrillard, a mídia, apesar de transmitir os conteúdos das revoltas juvenis, manteve suas formas intocadas, de modo que os conteúdos se viram anulados: “Ao difundir o acontecimento na universalidade abstrata da opinião pública, impuseram-lhe um desenvolvimento repentino e, através desta extensão forçada e antecipada, despojaram o movimento original do seu ritmo próprio e do seu sentido – numa palavra: fizeram-lhes curto-circuito”. A rebeldia original dos estudantes era simbólica, ou seja, de tradução ou redução a modelos pré-existentes impossível em si mesma – mas sua transposição às mídias e, também, sua adaptação ao modelo já conhecido da “greve”, retiraram a força simbólica da revolta.<sup>1</sup>

Para Baudrillard, a força verdadeira da revolta residia na sua dimensão simbólica, expressada antes da sua fase “mediatizada”. Nesta fase “mediatizada”, Maio de 68 transformou-se numa greve geral de imensas proporções. No entanto, tendia a seguir padrões



formalizados de comportamento político. A verdadeira revolução esteve nas manifestações livres e espontâneas nas ruas, uma carga de rebelião que não se reduzia a modelos consagrados e rígidos:

“O verdadeiro médium revolucionário em Maio são as paredes e a sua palavra, as serigrafias ou os cartazes na mão, a rua onde a palavra se toma e se troca – tudo o que é inscrição imediata, dado e retribuído, falado e respondido, móvel, num mesmo tempo e num mesmo lugar, recíproco e antagônico... A rua é o espaço aberto da troca simbólica da palavra, efêmera e mortal”.<sup>1</sup>

Baudrillard é um dos que avalia Maio de 68 sem o critério da eficácia política, sem o critério da “conquista do poder”. E, na verdade, é justamente na sua potencialidade de superar esta prática política estabelecida, baseada no poder, na força, nos rituais formalistas e na representatividade, que se encontra muito da riqueza de 1968. Contudo, é claro, nem mesmo entre os líderes de 1968, na França e no mundo, a concepção tradicional de poder e política esteve superada, pelo contrário. Não é à toa que os movimentos da onda mundial dos anos 1960 em sua maioria escaparam do estrito controle dos seus “líderes”.

No entanto, já não era a mesma mídia e a mesma sociedade que surgiam desta acomodação entre os símbolos da revolta e os signos redutores da comunicação de massa. Sedimenta-se mais e mais o estilo de vida consumista, mais independente de valores tradicionais que limitavam o hedonismo no consumo. Neste sentido podemos encarar as conclusões do *Center for Contemporary Cultural Studies* sobre as contraculturas. Na análise das diferenças entre os valores da classe média tradicional e os da Contracultura, temos uma interessante descrição do conflito entre a perspectiva “oficial” da classe média e a perspectiva das subculturas juvenis que aderiam às contraculturas. Deixam um sugestivo repertório das diferenças entre Contracultura e cultura da classe média tradicional: estilo contra *status*, comunidade contra a família nuclear, anti-capitalismo e anti-sindicalismo contra o pró-capitalismo, nomadismo contra a valorização do lar, “encraves” em vez da área residencial, *work-is-play* (“trabalho como lazer”) em vez da dicotomia lazer/trabalho, participação direta em vez da representação formal, ausência de liderança contra o elitismo, o público como pessoal contra a oposição cívico/privado, escolas livres ou *de-schooling* (desescolarização) contra o sistema privado/público tradicional, “cena” *versus* clube, ideal da “vida é arte” contra a alta cultura, “butique” contra a alta moda, anti-consumo *versus* alto consumo, anti-materialismo contra materialismo, “liberdade” contra hábitos reservados, postura libertária contra a sobriedade, proposta de transcender os papéis em vez de se adaptar aos papéis, quebra dos papéis de gênero contra a oposição masculino/feminino (e domínio do masculino), individualismo fraternal contra individualismo possessivo.<sup>1</sup>

Na verdade, com estas contradições a Contracultura revelaria de modo hiperbólico o que o próprio capitalismo avançado exigia das classes médias: consumo em vez de sacrifícios puritanos, satisfação imediata das necessidades em vez de gratificações póstumas, aquisição de bens de consumo instantâneos em vez de bens duráveis, estilos de vida mais livres em vez de seriedade e sobriedade. No fim, os autores irão considerar a revolta juvenil e a Contracultura como meros desvios momentâneos, expressões de um instante em que a cultura da classe média vivia as contradições da sua adaptação à nova sociedade capitalista formada no Pós-guerra.<sup>1</sup>

Para outros, a crise dos anos 1960 e a Contracultura foram lidos como um “momento capital da passagem do modernismo ao pós-modernismo”:

“É ao longo dos anos 60 que o pós-modernismo revela suas principais características, com seu radicalismo cultural e político, seu hedonismo exacerbado, revolta estudantil, Contracultura, onda da maconha e do LSD, liberação sexual e ainda filmes e publicações *porno-pop*, acréscimo da violência e da crueldade nos espetáculos. A cultura comum adere à liberação, ao prazer e ao sexo”.<sup>1</sup>

Ou seja, mais que uma adaptação não-revolucionária e destinada à acomodação sob as mesmas bases sócio-econômicas de outrora, “1968” é um verdadeiro marco de uma nova civilização, de uma nova era da história ocidental. Para Lipovetsky, há uma continuidade entre 68 e o pós-68, no sentido de que em 68 também se fazia a defesa do individualismo e do hedonismo, mas, devido às últimas sobrevivências dos valores tradicionais, tal defesa tinha que ser tensa e radical. Após 1968, o pós-modernismo teria um clima mais *cool*, sendo 68 o momento *hot* de um mesmo processo. 68 é o fim do modernismo e “a última manifestação da ofensiva lançada contra os valores puritanos e utilitaristas... mas eles são, também, o começo de uma cultura pós-moderna, isto é, sem inovação e audácia verdadeira, que se contenta em democratizar a lógica hedonista”.<sup>1</sup>

Qual seria o sentido profundo de 1968? Ou melhor, quais teriam sido os efeitos da onda mundial de revoltas dos anos 1960 no campo dos valores e das relações sociais? Em direção semelhante ao autor acima citado, estão os comentários de Baudrillard sobre os *hippies*. Os *hippies*, apesar de retoricamente elegerem a “sociedade de consumo” como seu grande inimigo, como o estilo oposto da vida àquele que decidiram se dedicar, faziam, no fundo, apenas o papel de uma imagem refletida no espelho. Como tudo o que acontece no mundo contemporâneo, para Baudrillard, nada escapa à lógica imperdoável do sistema:

“Os *‘hippies’* depressa entretiveram a crônica do mundo ocidental. Gulosa de sociedades primitivas, a sociedade de consumo imediatamente os recuperou para o seu folclore, como flora estranha e inofensiva. Sob o ponto de vista sociológico, limitar-se-ão a ser simples produto de luxo das sociedades ricas? Com a sua espiritualidade orientalizante, o seu psicodelismo sarapintado, não serão apenas marginais, que exacerbam ainda mais determinados traços da sua sociedade?...”

São ou permanecem condicionados pelos mecanismos fundamentais desta sociedade... o ‘Humano’, acossado pela sociedade produtivista e pela obsessão do *standing* festeja nos *‘hippies’* a sua *ressurreição sentimental*, na qual, por detrás da aparente anomia integral, persistem todos os traços estruturais dominantes da sociedade modal”.<sup>1</sup>

Os pós-modernistas descrevem que a nova sociedade baseia-se numa ampla classe média flexível em idéias e costumes, conformista, sem ideais coletivos e fragmentada na mídia, que busca espetáculos e bens em vez do poder ou, no máximo, participa de pequenas causas do cotidiano. Corrói-se a cidadania, a consciência de classe e a política como busca de mudanças sociais. A participação social orienta-se, sim, para pequenos objetivos em pequenos espaços do cotidiano: *hobbies*, esportes, ecologia, feminismo, direitos do consumidor, macrobiótica. Enquanto a juventude (de classe média) é insatisfeita com a situação social, ao mesmo tempo ela é descrente ou não se interessa pela participação política; ela busca o autoconhecimento individual, mas despolariza-se; erige-se uma “eutopia”, declina-se a busca de “utopias”.<sup>1</sup>

Alguns comentários podem ser feitos sobre esta típica proposição pós-modernista, relacionando-a ao tema da onda mundial de revoltas dos anos 1960. Esta busca de autoconhecimento, este olhar para o subjetivo e o individual também foram marcas dos movimentos juvenis nos anos 60. No entanto, esta busca aconteceu justamente ou conjuntamente no terreno do político, do real, das relações sociais, do cotidiano. O que explica a dissociação entre o político e o privado depois de 1968? Teria sido um produto da atuação da indústria cultural em favor da exacerbação da procura pelo “pessoal”? A indústria cultural, a partir de um novo impulso da sociedade de consumo (agora em fase de “flexibilização”), retirou esta procura do “autêntico” do terreno social e político e jogou-a no campo do consumo?

Nos valores apregoados ao “pós-moderno”, há uma *práxis* da liberdade individual, um incentivo para que se viva o momento presente. Há uma valorização de grupos minoritários, das relações afetivas, de causas concretas, da concepção do corpo como comunicação, o

respeito aos misticismos e a busca da “felicidade”. Ao meu ver, no entanto, tais valores apontados como “pós-modernos” constituíram parte importante dos ideais expressos ou sub-expressos nos movimentos juvenis do anos 1960. Constituíram parte de projetos incipientes “anti-modernos”, mas que não continham potencialmente apenas o resultado niilista, egoísta, alienado e apolítico supostamente construído. Em 1968 houve uma forma política e “semi-institucional” (ou alternativa às instituições modernas) de expressão da individualidade, do subjetivismo, das diferenças e da busca da felicidade individual. Expressão esta que se realizava ainda no mundo social “real”, que trabalhava em direção às instituições sedimentadas da política, cultura e sociedade (para sua conquista, reforma, substituição ou completa destruição...). Os “perigos” do cotidiano (desemprego, alienação, exploração no trabalho, Guerras nucleares, Guerra do Vietnã etc.) que ameaçavam os jovens não levaram, neste caso, a uma fuga do cotidiano – buscou-se mesmo, em vários momentos, a transcendência deste cotidiano. Mesmo, como na Nova Esquerdas, com discursos, propostas, termos e ideologias plenamente “modernos” – mas todos visavam, conscientemente ou não, superar as inseguranças do cotidiano, destruir os limites à felicidade individual e contestar as amarras da subjetividade.

Impulsos e valores “pós-modernos”, no sentido que apontam os seus teóricos, estavam já no centro das revoltas juvenis dos anos 1960. Mas aí encontraram uma forma política e socialmente ativa de manifestação (e não virtual ou mediada pela comunicação de massa). Manifestação que chegou a níveis extremos de “desvio” social (liberdade sexual e uso de drogas) e de ativismo (propostas e práticas de luta armada, guerrilha, terrorismo e ação direta). Estes novos anseios e valores revelados então apenas começavam a se encontrar com o consumismo. A fase da “flexibilização” da sociedade de consumo, que começaria com a crise mundial na década de 1970, parece ter encaixado melhor novos valores e hábitos de consumo dentro da “normalidade” do sistema capitalista.

1968 é também um desencanto em relação às instituições sociais e políticas modernas (inclusive um desencanto em relação às formas institucionalizadas de oposição política). Desencanto que se manifesta muitas vezes nos moldes tradicionais da contestação, seja no tipo e nos temas de discurso, seja nas ideologias de fundo e nas práticas de protesto. Contudo, são formas híbridas de política, pois reúnem “tradições” políticas e ideológicas junto a propostas totalmente novas ou que, mesmo sendo questões essenciais, foram marginalizadas no passado. Gerou-se, enfim, um novo produto altamente contestador. Os projetos anti-modernos dos anos 60, em sua prática, são muito diferentes da sociedade que vem se constituindo, ainda que tenham partido dos mesmos princípios proclamados.

O desenlace da “Revolução” juvenil dos anos 1960 tem semelhanças com a Revolução Francesa, não tanto no conteúdo, mas nas formas. Em ambas, tivemos muitas promessas sendo feitas, enorme energia humana dispendida, grande carga emocional acumulada e mobilizações sociais maciças. Em ambas, concretizações bem mais modestas em relação às suas potencialidades, mas que, mesmo assim (e apesar das “contra-revoluções” e “restaurações”), transformaram completamente o mundo ocidental (e, por extensão, influenciaram o mundo todo, mais rápida e notavelmente em 1968). Talvez pudesse dizer, para ser mais justo, que ambas as Revoluções foram, simultaneamente, transformação social e manifestação da transformação social. Nenhuma revolução é simplesmente transformação: ela é também uma manifestação da transformação, uma busca de sua aceleração ou ainda, o desejo de que a transformação seja feita através da intervenção consciente dos indivíduos e grupos envolvidos.

O texto pretendeu demonstrar as relações efetivamente complexas entre as Contraculturas, as mídias e a nova sociedade de consumo em formação. Os diversos aspectos demonstrados pelos analistas selecionados, apesar de serem apresentados como a “essência” ou a relação causal fundamental, são mesmo os diversos lados do problema. Cada aspecto

parece revelar um fragmento dos encontros e desencontros entre as mídias e os movimentos juvenis, principalmente nos anos 1960, bem como a propagada contradição entre sociedade moderna e contracultura – e a sua inesperada contrapartida, a aproximação dos “anti-valores” da contestação juvenil e o espírito hedonista pós-moderno.

Os desencontros inevitáveis e os encontros inesperados entre mídias, sociedade de consumo e movimentos juvenis, nos anos 1960, estimulam ainda hoje a imaginação de cientistas sociais e da comunicação, assim como rebeldes e forças de contenção política contemporâneos. Naquele momento ímpar do século XX, aglutinador de lutas pretéritas e viabilizador de metamorfoses futuras, as instâncias da comunicação social tiveram, novamente, papel fundamental. Ao mesmo tempo que publicizaram rebeliões muitas vezes restritas, serviram também para reduzir (assimilando seu conteúdo para formatos midiáticos) a carga inovadora dos movimentos juvenis. Ao mesmo tempo que as mídias ajudaram a colocar Contracultura e sociedade moderna em rota mortal de colisão, participam também do ofício pós-moderno de bricolagem que recolhe os cacos destas e outras entidades moribundas. Enfim, apesar dos diversos aspectos contraditórios, foi ainda mais marcante o papel das mídias em favor do inesperado entrelaçamento entre os valores “anti-modernos” da Contracultura e os valores hedonistas presentes na sociedade de consumo e “pós-moderna”.

## Notas

Joshua Meyrowitz. “The blurring of childhood and adulthood. A case study in changing role transitions”, in. No sense of place. The impact of electronic media on social behavior, Nova York e Oxford: Oxford University Press, 1985, cap. 13, pp. 226-267.

David R. Farber. Chicago '68, Chicago: The University of Chicago Press, 1994.

Michael Bowen, ao organizar o Verão do Amor, em 1967, teria dito: “Os aparelho eletrônicos vão nos conectar. *Shows* mundiais de TV... O planeta inteiro está pedindo para ser ligado”. (cit. in. Timothy Leary. Flashbacks “Surfando no caos”: uma autobiografia, São Paulo: Beca, 1999., p. 339).

Frédéric Bon in. Henri Lefebvre et al. A irrupção. A revolta dos jovens na sociedade industrial: causas e efeitos, *L'homme et la société*, Revista Internacional de Pesquisas e Sínteses Sociológicas, São Paulo: Documentos, 1968, p. 29.

André Philip. Mai 68 et la foi démocratique, França: Aubier-Montaigne, 1968.

M. Borel, em setembro de 1968 na Assembléia Consultiva do Conselho da Europa, Cit. In. Andres Garrigó. GARRIGÓ, Andres. La rebeldia universitaria, Madrid: Guadarrama, 1970, p. 189.

Andres Garrigó. op. cit., p. 187.

Theodore Roszac. A Contracultura. Reflexões sobre a sociedade tecnocrática e a oposição juvenil, Petrópolis: Vozes, 1972., p. 47.

Timothy Leary. op. cit., p. 368-9.

Thales de Menezes. “Stones mataram sonho *hippie* há 30 anos”, *Folha de S. Paulo*, 6/12/1999, p. 6.5.

Timothy Leary. op. cit., p. 371.

Eric J. Hobsbawm. “Maio de 1968”, in. Revolucionários. Ensaios contemporâneos, Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982, pp. 235-244, p. 235 (texto escrito em 1969).

Jean Baudrillard. “Requiem pelos ‘media’”, in. Para uma crítica da Economia Política do signo, São Paulo: Martins Fontes, 1972, p. 221-222.

Ibid., p. 226.

John Clarke, Stuart Hall and Tony Jefferson. “Subcultures, cultures and class”, in. Stuart Hall and Tony Jefferson (eds.). Resistance through rituals. Youth subcultures in post-war Britain,



Londres: Hutchinson, Center for Contemporary Cultural Studies, University of Birmingham, 1982., pp. 9-74.

Ibid.

G. Lipovetsky, cit. In. Luc Ferry e Alain Renaut. Pensamento 68. Ensaio sobre o anti-humanismo contemporâneo, São Paulo: Ensaio, 1988, p. 76.

Ibid.

Jean Baudrillard. A sociedade de consumo, Lisboa: Edições 70, 1991, p. 191-2.

Dalcides Biscalquin. A sociedade da imagem, *paper*, São Paulo, Simpósio da Universidade Salesiana de São Paulo, agosto de 1999.

## Bibliografia

- BAUDRILLARD, Jean. “Requiem pelos ‘media’”, in. Para uma crítica da Economia Política do signo, São Paulo: Martins Fontes, 1972, p. 221-222.
- BAUDRILLARD, Jean. A sociedade de consumo, Lisboa: Edições 70, 199
- BISCALQUIN, Dalcides. A sociedade da imagem, *paper*, São Paulo, Simpósio da Universidade Salesiana de São Paulo, agosto de 1999.
- FARBER, David R. Chicago '68, Chicago: The University of Chicago Press, 1994.
- FERRY, Luc e Alain RENAUT. Pensamento 68. Ensaio sobre o anti-humanismo contemporâneo, São Paulo: Ensaio, 1988
- GARRIGÓ, Andres. La rebeldia universitaria, Madrid: Guadarrama, 1970.
- HALL, Stuart e JEFFERSON, Tony (eds.). Resistance through rituals. Youth subcultures in post-war Britain, Londres: Hutchinson, Center for Contemporary Cultural Studies, University of Birmingham, 1982.
- HOBBSAWM, Eric J. “Maio de 1968”, in. Revolucionários. Ensaio contemporâneos, Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982, pp. 235-244, p. 235 (texto escrito em 1969).
- LEARY, Timothy. Flashbacks “Surfando no caos”: uma autobiografia, São Paulo: Beca, 1999.
- LEFEBVRE, Henri et al. A irrupção. A revolta dos jovens na sociedade industrial: causas e efeitos, *L'homme et la société*, Revista Internacional de Pesquisas e Sínteses Sociológicas, São Paulo: Documentos, 1968.
- MENEZES, Thales de. “Stones mataram sonho hippie há 30 anos”, *Folha de S. Paulo*, 6/12/1999, p. 6.5.
- MEYROWITZ, Joshua. “The blurring of childhood and adulthood. A case study in changing role transitions”, in. No sense of place. The impact of electronic media on social behavior, Nova York e Oxford: Oxford University Press, 1985, cap. 13, pp. 226-267.
- PHILIP, André. Mai 68 et la foi democratique, França: Aubier-Montaigne, 1968.
- ROSZAC, Theodore A Contracultura. Reflexões sobre a sociedade tecnocrática e a oposição juvenil, Petrópolis: Vozes, 1972.