

# A GEOGRAFIA DO LUGAR E DO MUNDO DOS JOVENS ADOLESCENTES

**GRECO, Fátima Aparecida da Silveira**

Mestre em Educação e Professora de Geografia da  
Escola de Educação Básica da  
Universidade Federal de Uberlândia – MG.

**Resumo:** Este artigo focaliza os *espaços e meios de socialização* por onde alunos e alunas transitam, interagem, constroem relações espaciais, sociais e culturais, como a *rua*, o *'shopping'*, a *internet* e o *vídeo-game*. Analisa o significado geográfico local e mundial desses espaços considerando o contexto histórico-cultural; e, ao mesmo tempo, analisa as práticas e as vivências que identificam esses/as jovens adolescentes com o *lugar* onde vivem e estabelecem sociabilidades entre este *lugar* e o *mundo*.

**Palavras-chave:** Lugar, aluno/a, espaços e meios de socialização.

Uma educação escolar que assume uma proposta transformadora compromete-se em aceitar desafios como, por exemplo, ter a escola como espaço plural, ser o docente um professor sujeito-reflexivo e o/a aluno/a um ser sujeito histórico-cultural.

Neste sentido, a escola e os professores não podem se furtar à reflexão sobre os/as alunos/as presentes no seu território. E conhecer os/as alunos/as significa compreender as múltiplas e complexas dimensões da vida de um ser social.

Este artigo é parte de uma pesquisa que trata do ensino e da aprendizagem da geografia partindo da análise dos sujeitos com os quais dialogamos na sala de aula<sup>1</sup>. Esta análise segue duas perspectivas.

A primeira delineou uma concepção de aluno analisando o processo de adolecer, os pertencimentos de gênero, cor e religião como dimensões herdadas e construídas culturalmente e a cultura juvenil<sup>2</sup>, configurando referências na formação da identidade do aluno, um ser *jovem adolescente*.

A segunda perspectiva analisa as práticas e vivências culturais desses jovens adolescentes em diversos *espaços e meios de socialização* para compreensão das realidades do *lugar e do mundo* dos/as alunos/as. Esta análise geográfica, considerando o princípio metodológico de que conhecer o aluno e a sua realidade é um ponto de partida para o processo de ensino-aprendizagem, complementa a compreensão da identidade do aluno, uma vez que os espaços plurais que existem na sociedade atuam na formação dessas identidades.

Ao mapear esses *espaços e meios de socialização* do mundo onde vivem esses sujeitos histórico-culturais identificamos o que denominamos *lugares singulares*. Esses *lugares* configuram as referências com as quais os/as jovens adolescentes constroem

suas relações espaciais, sociais e culturais e com os quais interagem no espaço urbano como: as quadras de esporte, a rua, o 'shopping center', os eventos multiculturais como boates, festas populares e eventos 'countries'.

Neste mapeamento também identificamos *outros espaços e meios de socialização*, como: as expressões musicais, as programações televisivas, a arte, a ficção e a tecnologia do cinema, as linguagens, os códigos e as mensagens dos jornais e revistas e o espaço virtual: o computador, a internet, o videogame. Através desses espaços da informação-comunicação e os produtos da mídia, os jovens adolescentes recebem mensagens, interagem numa rede de sociabilidades, estabelecem referências e modelam identidades.

Esse mapeamento expôs a configuração de uma rede multicultural de referências identitárias, de linguagens, discursos 'pedagógicos' e expressões da cultura juvenil presentes na(s) *geografia(s) vivida(s)* por esses/as jovens adolescentes. Neste artigo, estaremos retendo para análise dos *espaços e meios de socialização* dos/as jovens adolescentes, alguns *lugares singulares*, como a rua, o 'shopping' e, entre *outros espaços* relacionados a comunicação e informação: a rede *internet e videogames*.

Os *espaços e meios de socialização* são construções humanas presentes no espaço geográfico, portanto objetos de estudo da geografia. Sendo assim, refletir sobre o *espaço geográfico* vivido pelos alunos significa ampliar os conhecimentos sobre esses objetos geográficos, os espaços plurais que existem na sociedade e que representam referenciais na formação das identidades dos jovens adolescentes. Ao mesmo tempo, este conhecimento auxilia a prática do ensino da geografia, subsidia o trabalho docente e a organização do tempo e espaço escolar condizente

<sup>1</sup> Para esta análise consideramos um conjunto de alunos/as da oitava série do ensino fundamental da rede pública, com idade entre 14 e 17 anos, moradores de vários bairros de uma cidade de porte médio.

<sup>2</sup> Cultura juvenil é uma referência identitária e compreendida na perspectiva da cultura jovem global analisada por: Eric HOBBSAWM, Era dos Extremos – o breve século XX, 1996, p. 223-390.

com as aprendizagens e identidades plurais que chegam à escola. Mas, como esses/as alunos/as interagem nesses diversos espaços e meios sócio-culturais do lugar e no mundo em que vivem?<sup>3</sup>

### **Espaço da passagem e do encontro: *Rua***

A forma de se apropriar e usar o espaço urbano “envolve especificidades que dizem respeito à cultura, aos hábitos, costumes, etc., que produzem singularidades espaciais que criam lugares na cidade das quais a rua aparece como elemento importante de análise” (CARLOS, 1996, p. 86).

A *rua*, para os/as alunos/as jovens adolescentes urbanos/as que vivenciam o espaço da cidade, é um lugar de entretenimento prazeroso, pois é na *rua* do bairro que eles e elas jogam, brincam, namoram e se encontram. A *rua* do caminho para a escola ou da escola, é um lugar de socialização, de conviver com pessoas e objetos da cidade. É onde ocorrem as ações, onde se vislumbra a vida, deles/as e da cidade, é o lugar onde aparentemente vivem sem o poder de hierarquias e comando, sentem-se livres. É o ‘lugar de encontro’ com os amigos e com as amigas.

Esses sentidos da *rua* guardam um hábito e um costume próprio de alguns antigos bairros das cidades, que, como diz Carlos (1996, p. 87), mantêm a *rua* como “idéia da construção dos caminhos que junto com a casa criam o quadro da vida”. E, dessa forma, a *rua* ainda tem o sentido singular do lugar de socialização, pois “se joga e aí se aprende no contato com o outro uma nova dimensão da vida - aquela que se constrói na prática social onde está posta a sociedade urbana em constituição: com seus símbolos e funções informativa e lúdica” (1996, p. 91).

Esse *quadro da vida*, a paisagem da *rua* e o sentido que este lugar possa expressar, contrasta-se com as *ruas* do centro antigo

e dos bairros mais periféricos da cidade. Estas *ruas* à noite: com pouca ou sem iluminação e infra-estrutura expressam uma paisagem insegura e sórdida e assume o sentido de um lugar que expulsa delas seus habitantes. Durante o dia a *rua* como espaço de sociabilidade dos habitantes, do contato com o outro, é cada vez mais apenas uma paisagem de fluxo de veículos e de pessoas do trabalho para casa e vice-versa, um lugar da circulação.

Enquanto no centro da cidade, as *ruas* com o fluxo intenso afasta os jovens adolescentes das antigas tradições de brincadeiras, jogos, festas juninas, etc., nos bairros eles/as resistem e utilizam as *ruas* nos finais de semana, quando esses fluxos diminuem, possibilitando o encontro, as práticas e as vivências, ou seja, a ação.

A *rua* é um meio de conviver com a cidade e os/as alunos/as, diariamente na praça cercada por vias de circulação para veículos e ônibus, olhando o fluxo deles próprios, dos trabalhadores e desempregados, observando o deslocamento das pessoas pelas ruas e praça, podem submetê-la a sua avaliação. Nesse lugar eles/as têm o movimento da cidade diante do seu olhar, que poderá se constituir “no observatório privilegiado da diversidade: ponto estratégico para apreender o sentido das transformações, num primeiro passo, e logo em seguida, à semelhança de um laboratório, para definir estratégias de controle e intervenção” (BRESCIANE, 1985, p. 39).

Os novos bairros construídos na cidade são programados mais em função do acesso ao trabalho e, por isso, as *ruas* são vias de circulação rápida e se tornam um lugar menos das pessoas e mais para os transportes. Esses novos bairros, diferente de alguns antigos bairros da cidade, agrupam casas e vizinhos sem história comum, dificultando as relações entre os habitantes, pois muitas vezes esses moradores estão mais tempo no trabalho do

<sup>3</sup> As informações sobre esses espaços e meios de socialização foram obtidas através de questionário aplicado nesta pesquisa ao universo de 246 alunos/as (Cf. GRECO, 1999, p.211).

que em casa. Suas novas *ruas* são um lugar com história a construir, mas não contam com as tradições e interação entre os vizinhos pelos laços de amizade, das conversas na calçada, dos jogos entre as crianças e jovens.

Essas novas relações sociais no urbano em razão da divisão territorial do trabalho estabelecem funções diferentes para os bairros e para outros lugares como as *ruas* e praças do centro da cidade, onde o comércio impõe ritmos diferentes no decorrer das horas do dia, do dia da semana e das épocas do ano.

As *ruas* da cidade estão cada vez mais se transformando de ‘lugar do estar’ em ‘lugar de passagem’: de pedestres, de veículos, policiais e bandidos, de trabalhadores desconhecidos; perdendo o sentido de ‘lugar de encontro’ e ganhando o sentido de circulação de mercadorias, da insegurança e do perigo. A *rua* como espaço da sociabilidade, como lugar das atividades que identificam hábitos e costumes ali vividos por eles/as, entre os habitantes, se esvazia cada vez mais. Mas eles/as caminham pelas *ruas*, mapeiam a cidade nas suas idas e vindas, entre a escola e o bairro, e com as suas instruções se orientam na cidade.

A singularidade da *rua* como dimensão da vida, como espaço de identidade, de memória e de significados, vem sendo substituída por outros hábitos e espaços de socialização. E, se os/as jovens adolescentes resistem na *rua* apenas pelo sentido do encontro, não as tendo como referência de antigas tradições, também parecem adaptar-se às novas formas e funções da *rua* e criando novos significados para outros lugares, objetos geográficos, da cidade.

Entre suas preferências por *outros espaços e meios de socialização* estão a televisão e o ‘shopping’ da cidade. A televisão é um meio de comunicação que em relação ao aspecto de socialização, ela aproxima o telespectador do mundo distante trazendo informações e conhecimentos e, sob outro aspecto, ela o distancia do seu mundo mais próximo. Neste aspecto, substitui as relações entre vizinhos e entre os familiares, criando outros compor-

tamentos, hábitos de consumo e valores diversos e complexos. Com isso, a *rua*, no sentido de lugar do *quadro da vida*, “deixa de ser extensão da casa para se contrapor a ela”. Nessa passagem da sociabilidade no espaço público da *rua* para outra relação entre as pessoas, as residências são construídas/reformadas tendo grades ou muros altos e cada vez mais as casas estão trancadas com as pessoas dentro “diante da televisão, sem contatos com a vizinhança, pois cada vez mais a casa tem a função de preservar a individualidade reforçando o privado. Desse modo, o que era público, o que acontecia no ambiente da rua se fecha ‘intramuros’” (CARLOS, 1996, p. 87).

No cotidiano podemos ver, sentir, passar pelas *ruas* e perceber que elas têm assumido aspectos semelhantes, de temporalidades e ritmos, aos de uma metrópole, pois,

os lugares da cidade se delimitam, se fecham, se tornam exclusivos. De um lado produz-se um espaço onde se limita cada vez mais rupturas entre os lugares do trabalho, do lazer, da moradia, onde a estratificação socioespacial se revela nos acessos diferenciados funcionalmente. De outro, como a sociedade existe no uso, dado pelas divisões no espaço, as atividades tendem a se desenvolver, na metrópole, em ambientes fechados. (...). O que significa que se atenua a sociabilidade na metrópole com o aprofundamento da diferenciação entre o ‘público’ e o ‘privado’ (CARLOS, 1996, p. 87).

Essas *ruas* estão nos mapas de circulação, no bairro e no centro da cidade e, no sentido geográfico, são lugares que expõem as contradições da vida urbana. Essas *ruas* podem ser um ponto de observação e um local para aprender sobre o espaço geográfico se oferecendo como um lugar de onde as possibilidades de compreensão da produção da vida permitem vislumbrar mudanças no ‘seu mundo’ e na configuração do mundo atual.

O(a)s jovens adolescentes, ao darem à *rua* esse sentido de um lugar de encontro deles e delas, onde buscam a socialização sem normatização, expressam sua identificação com *ela*, resistindo às outras novas formas e funções das *ruas* e de outros obje-

tos geográficos que a cidade assume no seu processo de produção urbana.

Podemos, então, dizer que a *rua*, ainda (sen)tida como lugar prazeroso pelos/as jovens adolescentes, tem representado um objeto de resistência: entre ser um lugar para o encontro deles/as, de jogos, brincadeiras e entretenimento no tempo livre e um lugar de encontro menos espontâneo e mais normatizado pelas novas formas e funções sociais que assume no espaço urbano da cidade. Ao mesmo tempo eles/as têm substituído as *ruas* pelas ‘ruas-passarelas’ do ‘*shopping-center*’, que representa um novo ‘ponto de encontro’, principalmente, para jovens adolescentes, oferecendo-lhes entre lazer e entretenimento outros jogos e brincadeiras de comando eletrônico.

Assim, por um lado a *rua* e o ‘*shopping*’ assumem a significação que eles/as lhes dão em função da socialização dinâmica estabelecida na relação entre seus pares de geração, no urbano de um mundo global e pelo próprio processo de produção do espaço urbano, em um momento ou noutro, constituindo *lugares singulares*.

Por outro lado, a *rua* como um lugar para atender determinadas funções pode mudar, pois:

A história atribui funções diferentes ao mesmo lugar. O lugar é um conjunto de objetos que têm autonomia de existência pelas coisas que o formam (...), mas que não têm autonomia de significação, pois todos os dias novas funções substituem as antigas, novas funções se impõem e se exercem (SANTOS, 1997a, p.52).

### **Espaço dos templos modernos: *Shopping-Center***

A *rua* como lugar de encontro, vem sendo substituída pelo(a)s jovens adolescentes por uma outra referência para a produção de identidades, um novo ponto de encontro: os ‘*shopping-centers*’, ou “templos do consumo”, como Carlos (1996) os denomina, ou como Santos (1997) compara: “templos modernos, construídos à feição das catedrais”, referindo-se ao consumo que instala sua fé

por meio de objetos. Nesse sentido, esse objeto geográfico – ‘*shopping*’ - representa para os/as jovens adolescentes um *lugar singular*, um espaço dinâmico de socialização e um meio de estabelecer entre os pares outras referências e novos significados.

Não se trata apenas da mudança do lugar de encontro, mas do hábito, do comportamento desses/as jovens adolescentes que passa a ser normatizado pelo espaço privado que é organizado para o consumo. Se as cidades médias e as metrópoles têm seus ‘templos modernos de consumo’, por sua vez, a frequência e a aglomeração dos jovens nos ‘*shoppings*’ passaram a representar um comportamento de uma geração, que ficou conhecida como “geração shopping”.

Para os/as jovens adolescentes, *ir ao ‘shopping’* é passear. Mas esse lazer é também consumo de bens materiais e imateriais. As mercadorias não são apenas os produtos, mas as ‘griffes’, as marcas dos produtos que se concentram em um mesmo local. Um lugar que ganha sentido entre jovens adolescentes e outros consumidores e um local que, transcendendo as fronteiras nacionais, está interligado a diferentes locais do mundo, formando uma rede mundial de ‘griffes’, alimentos, roupas, perfumes, etc.

O espaço urbano se constitui articulado ao processo de reprodução das relações sociais globalizadas. Assim, nesse lugar, onde o local se articula com o mundial e produz transformações na sociedade urbana,

a globalização materializa-se concretamente no lugar, aqui se lê, percebe, entende o mundo moderno em suas múltiplas dimensões, numa perspectiva mais ampla, o que significa dizer que no lugar se vive, se realiza o cotidiano e é aí que ganha expressão mundial. O mundial que existe no local, redefine seu conteúdo, sem todavia anularem-se as particularidades (CARLOS, 1996, p.15).

Portanto, muito do que marca esse local, e até seus habitantes, é singular e muito do que se tem nesse local é mundial.

Os novos objetos geográficos do urbano, como os

hipermercados e os *'shopping'*, exigem uma localização geográfica que seja não só ponto estratégico para o consumo. A eficiência do funcionamento do sistema de circulação do público/clientes e meios de transporte é importante e, para isto, requerem instalações próximas às avenidas amplas com pistas duplas ou às margens de rodovias para que possam ter acesso rápido por meio de um sistema de circulação do trânsito, seja privilegiando o uso do automóvel ou facilitando o sistema de transporte urbano, através da substituição do modelo de transporte radial (liga centro-bairro) pelo modelo de transporte coletivo que interliga centro-bairro e bairro-bairro.

A produção, circulação, distribuição e consumo no espaço urbano se reformulam em função desses novos objetos geográficos, assim como a localização geográfica do setor administrativo e financeiro e de serviços. Os planos orientadores do espaço urbano adaptam a estrutura urbana às novas formas do capital comercial e de serviços e promove novas funções e nova centralidade espacial na cidade.

Para os/as jovens adolescentes o *'shopping'* é um novo centro, um espaço de lazer no tempo livre. Esse *lugar* parece assumir a função e o sentido do que foi a praça da cidade, em outro tempo, o lugar dos encontros. No *'shopping'* caminham de um ponto ao outro, mas sem sair desse mesmo lugar. No *'shopping'*, na praça de alimentação, os/as jovens param, conversam, ouvem música, trocam confidências, experiências, estabelecem valores e comportamentos, principalmente ligados à publicidade e ao *'marketing'*; vão ao cinema, ao parque de diversão eletrônico. No *'shopping'*, passeiam *'desligados'* pelo corredor comercial, se movimentam pelo percurso retilíneo das relações de consumo, olhando seus pares, trocando olhares, amizades, *'flertes'*. Nesse passeio, em meio à sofisticada publicidade e logomarcas, vislumbram as ofertas de consumo na promessa ou esperança de obter, de consumir produtos e marcas – *'Reebok'*, *'Nike'*, *'Netscape'*, *'Microsoft'*, lanches do tipo *'McDonald's'* entre outros *'fast-food'*,

experimentam sentidos de ter e não poder ter, estabelecem relações de conflitos entre ter e ser.

Esse local que é um lugar de encontro deles e delas na realidade se distancia do sentido do que foi para outras gerações de jovens a praça pública da cidade, pois é um espaço construído pelo setor privado com segurança privada, sendo um espaço privado aberto ao público. É o que um espaço público como a *rua ou a praça* não mais consegue oferecer aos pais que os/as deixam na porta e ali o(a)s recolhem no horário conveniente.

O *'shopping'*, um espaço organizado pelo capital e um espaço para o mercado amplo de consumo, agrega consumidores diferenciados, ampliando seu atendimento às diversas camadas sociais. Os/as jovens adolescentes estão presentes, entre outros que o freqüentam, com suas roupas de *'griffe'*, celular, na afirmação do *'status'*, no interior de um recinto de consumo. Essa forma de usar o *'shopping'* como espaço de encontro é dada pelos freqüentadores e é utilizada neste *'templo moderno'* como atrativo para o consumo.

O *'shopping'* espacialmente parece representar uma cidade miniaturizada: os objetos do urbano - comércio e serviços - fixaram-se numa área cercada por atrativos da mundialização e da especificidade, da tecnologia, da informação, da publicidade, dos produtos e do lazer. Assim, torna-se um templo: lugar do encontro de pessoas, do consumo de produtos impregnados pelas novidades para um público heterogêneo, com atrações e entretenimento significativos para o/a jovem adolescente, um consumidor atuante. Um templo moderno: concentra produtos, pessoas, entretenimento e consumo.

O sentido da *rua* se confronta com o uso do *'shopping'* e este torna-se um espaço de símbolos e significados para eles e para elas. Para elas o sentido de *ir ao 'Shopping'* é passear. Este sentido confere um significado feminino para este lugar.

Portanto, os *lugares*, como a *rua* e o *'shopping'* têm autonomia de existência pelas coisas que o formam, mas, como constru-

ções humanas, os lugares não têm autonomia de significados, porque as pessoas estabelecem relações com os lugares e criam significados para esses lugares, que se transformam no tempo, pois a relação das pessoas com os lugares se modificam e modificam os significados dos lugares.

Por outro lado, o *lugar*, enquanto parcela do espaço e construção social, tem sua autonomia se definindo a partir do entrelaçamento imposto pela divisão (espacial) do trabalho, sendo produzido entre o mundial que se anuncia e a especificidade do particular e, nessa articulação contraditória, o *lugar* se apresenta como ‘ponto de articulação’ entre a mundialidade em constituição e o local enquanto especificidade concreta, enquanto momento” (CARLOS, 1996, p.15-16).

Nessa perspectiva de análise, os *espaços sociais e meios de socialização* estão presentes no *lugar* e na vida social de jovens adolescentes, onde se dão as suas vivências e experiências. Assim, o *lugar* é uma categoria de análise desses espaços plurais e pode ser compreendido como:

produto das relações humanas entre o homem e a natureza, tecido por relações sociais que se realizam no plano vivido, o que garante a construção de uma rede de significados e sentidos que são tecidos pela história e cultura civilizatória produzindo a identidade, posto que é aí que o homem reconhece porque é o lugar da vida (CARLOS, 1996, p. 29).

Do mesmo modo, a *experiência vivida*, em diferentes espaços no tempo presente é uma dimensão importante para se compreender quem são os alunos enquanto sujeitos sócio-culturais. A dimensão da *experiência vivida* seria o ponto de partida para nos aproximarmos do que estamos chamando de *geografia vivida* por alunos, jovens adolescentes, ou seja, a *experiência vivida*:

é matéria-prima a partir da qual os jovens articulam sua própria cultura, aqui entendida enquanto conjunto de crenças, valores,

visão de mundo, rede de significados: expressões simbólicas da inserção dos indivíduos em determinado nível da totalidade social, que terminam por definir a própria natureza humana (DAYRELL, 1996, p. 140).

Portanto, as concepções de *lugar* e de *experiências vividas* tornam-se referências que auxiliam essas análises.

Os/as jovens adolescentes estabelecem relações com os *espaços e meios de socialização* através do corpo, dos sentidos e da memória, vivenciando as práticas e experimentando o movimento desses espaços. Nessas relações interage também outro nível de experiências: aquelas herdadas desde o seu nascimento e construídas historicamente.

São essas experiências “que constituem os alunos como indivíduos concretos, expressões de um gênero, raça, lugar e papéis sociais, de escalas de valores, de padrões de normalidade” (DAYRELL, 1996, p.142). E, por meio dessas práticas sociais vividas nos mais diferentes lugares, os/as jovens adolescentes elaboram sua consciência e sua cultura, tornando o espaço e o tempo experiências significativas.

Cada jovem adolescente, antes de ser aluno/a de Geografia ou chegar à escola, vivencia, elabora suas representações, construindo sua consciência e cultura nesse espaço urbano, tornando-se sujeito. Esse sujeito, sendo construído por experiências complexas e dinâmicas em diferentes *espaços e meios de socialização*, permeadas pelas circunstâncias históricas, pelas relações sociais, pelos valores que circulam, que mais ou menos definem seus padrões de comportamento, pelo nível de acesso aos bens culturais, é, então, um sujeito histórico-social e cultural.

As múltiplas práticas sociais vividas em diferentes *espaços sociais e meios de socialização*, no cotidiano do lugar e no mundo, expressam dimensões da geografia vivida antes de chegar à escola. E também, ao longo da sua vida, fora do espaço escolar.

### **Outros Espaços e Meios de Socialização: *computador@internet & videogame***

O espaço geográfico, na sociedade global, não é só um local onde encontramos objetos fixos, naturais e artificiais. O espaço geográfico, resultado da ação dos homens sobre o próprio espaço, é local de movimento: de circulação, distribuição e consumo, ou seja, de fluxos que se realizam via tecnologia moderna.

As tecnologias modernas estão em todas as esferas da vida na sociedade, como no processo de produção e na difusão de informações, mundializando as relações humanas. A tecnologia da informática associada à tecnologia dos meios de comunicação, pelo computador, pela mídia, por exemplo, construiu uma rede impressionante de fluxo de informações - fluxos telemáticos ou infovias. As tecnologias de comunicação, sendo um fluxo instantâneo e veloz, eliminam a distância geográfica e impõem o tempo da velocidade. A sociedade global se realiza no espaço tecnológico e, assim, o espaço geográfico se transforma num *meio técnico-científico informacional* (SANTOS, 1997b).

Os/as alunos/as se relacionam de diferentes formas com as tecnologias modernas, seja por meio dos produtos da indústria cultural: as expressões musicais, seus sons, ritmos e letras; as programações televisivas, seus espaços, tempos e imagens; o universo cinematográfico, espaço marcante da arte, ficção e tecnologia; o espaço da imprensa, dos códigos escritos e das mensagens ilustradas, seja, por meio de objetos tecnológicos, como o computador – Internet - e o videogame.

Esses objetos tecnológicos, como por exemplo a rede Internet, representam um espaço onde interagem fluxos de informação e comunicação, tornando-se um meio de socialização presente na vida desses/as jovens adolescentes. Estes objetos tecnológicos apresentam novas possibilidades de relação entre o tempo e o espaço: o tempo de uma comunicação como a carta não é o mesmo de um 'e-mail'. Se antes a mensagem seguia pelo correio e

estava materializada, agora as mensagens são fluxos, não materializados, assim como as ordens e as idéias. São coisas virtuais e imateriais que fluem interligando espaços reais por meio dos espaços virtuais, com velocidades instantâneas que trazem mensagens, ordens, idéias não materializadas de coisas materializadas, ou não.

Entre os *espaços e meios* – de comunicação e informação – *de socialização* que constituem-se como referência para os jovens adolescentes estão o espaço virtual acessado pelo computador, o uso da internet e do videogame.

Assim como os espaços da mídia, a rede Internet e os jogos eletrônicos estabelecem linguagens e códigos, oferecem interatividade que configuram formas que dão sentido à realidade desses espaços virtuais. Esses espaços plurais e virtuais são, nesse sentido, constituídos por mensagens e discursos poderosos que estabelecem padrões de comportamento físico, mental e cultural, constituindo-se como espaços formadores de identidades.

O acesso da maioria da população aos espaços plurais e virtuais através da aquisição de um computador, no Brasil, é limitado primeiro pelo fator econômico: baixo poder aquisitivo/poder de compra. Outro fator que impede outra grande parcela da população ao acesso à tecnologia da informatização é o nível de analfabetismo no Brasil, decorrente da desigualdade social. Por sua vez, mesmo entre os alfabetizados, há os analfabetos digitais devido às condições da própria educação do nível fundamental e médio que não favorecem o acesso à informática.

A distribuição desigual de renda entre os brasileiros provoca um distanciamento cada vez maior entre uma ampla parcela da população brasileira, sem escolaridade e sem renda, e um grupo minoritário com renda e escolaridade, representando um dos fatores dos contrastes espaciais do tipo centro-periferia no país. Para esse grupo minoritário, o acesso ao meio informacional possibilita oportunidades de trabalho. Mas, no interior desse grupo



minoritário, há outra minoria que além da técnica, da comunicação ‘on line’, do acesso a redes de informação mundial, do comando e da leitura virtual, detém domínio do fazer, do saber criar e produzir ‘softwares’, ‘home pages’ e ‘sites’. Essa minoria representa uma pequeníssima parcela da população que tem acesso a um setor que é restritivo pela alta qualificação e que oferece alta remuneração.

Considerando esses fatores que limitam o acesso ao computador para a grande maioria da população, esta pesquisa no universo dos/as jovens adolescentes urbanos/as investigados/as, constatou o uso diferenciado do espaço virtual pelos jovens: entre eles e elas. Enquanto o computador é um objeto de uso/desejo para os alunos na 8ª série, as alunas, jovens adolescentes, demonstram pouco interesse tanto pelo computador como pelo videogame.

A Associação Americana de Educação para Mulheres Universitárias apresenta uma pesquisa norte-americana na qual a maioria das meninas entrevistadas, entre 11 e 18 anos (como as alunas desta pesquisa), “disseram estar desencantadas com os computadores. Para elas, videogames são violentos, trabalhar com computadores é solitário e anti-social e a Internet serve apenas para práticas sexistas” (MENDELS, 2000).

Considerando o desinteresse das alunas jovens adolescentes pelo uso do computador, internet e videogame, podemos avaliar os diferentes fatores que interferem no acesso a tais tecnologias da informação e as explicações de outras pesquisas para o interesse ou desinteresse pelo uso desse meio informacional. É importante observar que, paralelo ao crescimento desse setor na economia e na cultura, não se tem dados apontando uma equidade entre homens e mulheres no uso dessas novas tecnologias. E, como alerta a pesquisa citada, cada vez menos mulheres estão aptas a trabalhar nesse setor e, “se as mulheres não fizerem parte de sua criação, as novas tecnologias terão menos chances de agradá-las” (MENDELS, 2000, p.16). Conseqüentemente são

menos produtoras e, portanto, menos consumidoras ou usuárias acessando esses *espaços de informação e meios de socialização*.

Podemos considerar que os produtos que iniciam as pessoas no computador, sendo produzidos por homens, podem não atingir o imaginário feminino, levando as mulheres a se distanciarem desse instrumento tecnológico. A falta de ‘softwares’ programados para um público feminino deixa de atrair as jovens adolescentes, prevalecendo o mundo masculino e a tecnologia por ele produzida e dominada. O mundo do vídeo-game e da ‘internet’ se revela espaço de pouco interesse para elas, e este fator restringe essa cultura tecnológica às alunas. Assim, o mercado consumidor feminino parece estar carente e depende da criação e elaboração do trabalho feminino nesse setor.

Se esses aspectos podem ajudar a compreender por que o mundo feminino não está tão presente no espaço virtual, não podemos restringir os motivos a apenas estes. Embora os alunos estejam mais ‘ligados’ ao mundo virtual do que as alunas, os jovens adolescentes fazem parte da minoria da população que têm acesso e apropriação desse meio informacional, conforme fatores mencionados anteriormente. Assim, embora eles estejam à frente delas o espaço da internet e da comunicação digital não é uma prática comum de vivência e experiência, de acesso e apropriação, como a mídia muitas vezes tem afirmado em relação à juventude em geral.

A tecnologia cria uma referência importante como uso social da qual não podemos nos furtar, além do que a técnica “é muito sedutora porque permite saber o que o mundo é, multiplicar o conhecimento, reduzir as distâncias, enfim, ampliar os horizontes” (SANTOS, 2000).

Entretanto, a simples sedução pela máquina, uma criação humana, num mundo de tantas incertezas, cria perspectiva para além da possibilidade que lhe pode ser e é atribuída. Neste espaço das redes, ainda aberto, “o uso social da técnica não pode ser um

dado absoluto. A técnica é valorizada pelo conteúdo social. (...). Essa intoxicação técnica sem o saber filosófico, a busca de uma mística, esse é o problema” (SANTOS, 2000).

No que se refere ao aspecto da relação entre a técnica e o conteúdo social, a Geografia e a educação escolar podem contribuir no sentido de explicitar que a técnica não existe sem aquilo que dá a sua origem: os fenômenos humanos individuais ou coletivos.

Entretanto, a escola, como um espaço para contextualizar a tecnoesfera, tem dificuldade em acompanhar a dinâmica da sociedade contemporânea, que avança sob as redes e fluxos da mundialização. Com isso, a educação escolar tem ficado ausente desse tempo, do seu tempo. A escola é um lugar que está cada vez mais defasado em relação às necessidades do tempo e do mundo dos/as jovens adolescentes, desde a infra-estrutura em sala de aula (como o tamanho das cadeiras/carteiras para esta geração de estatura maior que a anterior) até com o conteúdo das novas linguagens para serem decodificadas, contextualizadas e avaliadas pelos sujeitos do processo ensino e aprendizagem.

### **Considerações Finais**

As análises que desenvolvemos nesta pesquisa demonstram que, para os/as jovens adolescentes, as referências de identidade cultural e espacial são diversas, múltiplas, sedutoras e ricas em possibilidades, trazendo antigos e novos desafios e perspectivas para eles/as como seres sociais e para a educação escolar. Esta situação evidencia a necessidade de refletirmos sobre esses *espaços e meios de socialização* e sua relação com a escola e a Geografia.

Em relação à escola, podemos constatar que este espaço de referência tradicional na construção de identidade cultural, como a família e a religião, e como um *lugar* institucional, onde são estabelecidas as relações pedagógicas institucionais de educar e

formar, está em crise. As análises desse mapeamento expõem outros espaços que estão sendo descobertos por eles/as e que estão em conformidade com o tempo em que vivem, não só os lugares singulares como os espaços da informação-comunicação e os produtos da mídia e do espaço virtual. Esses espaços lhes oferecem outras referências para construção da identidade cultural e política e outros meios de socialização com base em relações ‘pedagógicas’ que são ofertados pela indústria cultural.

Na cultura contemporânea esses novos/outros *espaços e meios de socialização* se constituem quando os espaços tradicionais têm um deslocamento em sua função. A função da instituição escolar como lugar de construção de saberes, de contextualização e de acompanhamento das transformações da sociedade em que vivemos se fragiliza cotidianamente e, em consequência, o seu espaço como referência identitária (que se pretende das pluralidades culturais, espaciais, etc) para os/as jovens adolescentes também está fragilizado. Esse é um dos problemas a ser enfrentado pela educação nesse início de milênio.

São nesses *espaços e meios de socialização*, além do espaço escolar, que se dão as práticas sociais e as vivências culturais dos/as alunos/as sujeitos desta pesquisa. Esses espaços de sociabilidades abertos aos/às jovens adolescentes, como os diversos lugares singulares do urbano – *a rua e o ‘shopping’* - e os espaços dos fluxos de informação da mídia ou da indústria cultural, como *a internet e o video game*, se oferecem e são usados como espaços culturais, de lazer e entretenimento. Esses espaços envolvem uma rede de novos significados, linguagens, valores, consumo, tecnologia e informação, com os quais o(a)s jovens adolescentes se identificam, são acolhidos em suas questões com uma linguagem acessível, mesmo que de maneira fugaz.

Em razão dessas ofertas, esses espaços vêm assumindo funções ‘pedagógicas’ de informar, formar opiniões, estabelecer outras novas/antigas referências nas relações de sociabilidades. Pode-se observar que as novas identidades individuais e coleti-

vas dos/as jovens, “são amplamente moldadas, política e pedagogicamente, na cultura visual popular dos videogames, da televisão, do cinema e até mesmo em locais de lazer como ‘shopping centers’ e parques de diversão”. E, no caso dos filmes, afirma Giroux <sup>4</sup>, “inspiram no mínimo tanta autoridade cultural e legitimidade para ensinar papéis específicos, valores e ideais quanto locais mais tradicionais de aprendizagem, tais como escolas públicas, instituições religiosas e a família” (1995, p. 50-51).

As ofertas desses espaços contrapõem-se as práticas dos lugares tradicionais, como o das práticas escolares, que priorizam menos os prazeres da imagem e mais as exigências intelectuais da análise crítica.

A ação dessas práticas explicita a oposição entre as funções pedagógicas ou papéis sociais dos espaços tradicionais e de outros espaços. Trata-se de espaços que se incluem, pois estão inseridos na realidade do contexto atual, mas cada um desses espaços, seja o escolar ou os não formais, são delineados por interesses diferentes ou por outras coordenadas culturais, políticas e ideológicas que cumprem funções diversas. Devido a essa e partindo-se dessas realidades e interesses, a abordagem da pedagogia escolar deveria considerar essas outras ‘pedagogias’ que permeiam as necessidades, as linguagens e as experiências do(a)s jovens adolescentes e

reconhecer a importância pedagógica daquilo que as crianças trazem para a sala de aula ou qualquer outro local de aprendizagem como sendo crucial para descentrar o poder na sala de aula e para expandir a possibilidade de múltiplos alfabetismos e agências. Tudo isso deve ser visto como parte do processo de aprendizagem.(...) Isso sugere que desenvolvamos novas formas de compreender e ler criticamente meios visuais eletronicamente produzidos. Ensinar e aprender a cultura do livro não constitui mais a matéria-prima do que significa ser

alfabetizado (GIROUX, 1995, pp.74-75).

Os/as jovens adolescentes, em suas singularidades e especificidades, finalizando o ensino fundamental e tendo a escola como um projeto de vida elaborado junto com a família, como um lugar de referência, trazem para esse espaço diversas vivências e experiências e realizam entre si intercâmbio de práticas e culturas. Práticas e culturas juvenis que para alguns ou algumas jovens adolescentes podem não ser iguais às práticas de outros/as, mas que se dão a conhecer nesse universo de alunos e alunas jovens adolescentes. Essas trocas de vivências, experiências e práticas tornam esses/as alunos/as um conjunto heterogêneo de referências identitárias e culturais que enriquecem suas relações sociais e o espaço sócio-cultural da escola em que se encontram.

No entanto, essas trocas de vivências e experiências entre o(a)s aluno(a)s se efetivam fora da sala de aula e a escola desperdiça uma matéria-prima rica para suas práticas pedagógicas. Por meio de um trabalho sistemático da leitura dessas práticas sociais, discernindo entre o volume de dados, imagens, sons, códigos e mensagens que os/as jovens adolescentes recebem todos os dias, as informações e os conhecimentos e organizando-os, analisando-os de forma a ultrapassar as visões de senso comum em direção ao saber mais reflexivo e crítico, o processo pedagógico pode oferecer aos jovens adolescentes novas possibilidades de referências para ler o ‘seu mundo’, aprender a pensar sobre suas práticas, sobre os objetos geográficos, os lugares urbanos, seus significados sócio-culturais e políticos no mundo em que vivem.

Essa perspectiva caminha para uma pedagogia crítica, que: deve fornecer aos/as estudantes a oportunidade de reconhecer as limitações das linguagens que estão disponíveis, ao ajudá-los/las a compreender suas experiências cotidianas, as categorias que eles/elas usam para representar essas experiências, e a relação entre essas

---

<sup>4</sup> Embora esse autor refira-se especialmente aos filmes de Hollywood, e em particular aos animados pela Disney, sua afirmação não deixa de ser referência para análise da maioria dos filmes produzidos pela indústria cultural de entretenimento norte-americana.

categorias e as formas culturais, os modos de subjetividade, e as práticas sociais que lhes permitem falar sua própria verdade e transformar as condições que constroem suas capacidades para a reflexão crítica e sua habilidade para se envolver no trabalho da transformação social. (...) É central ao objetivo da pedagogia crítica a necessidade de criar uma esfera pública de cidadãos/ãs que sejam capazes de exercer o poder sobre suas vidas e especialmente sobre as condições de produção e aquisição de conhecimento (GIROUX e MCLAREN, 1995, p.153).

Essa proposta pedagógica crítica de educação, no seu sentido amplo, contempla os objetivos da Geografia no seu processo de ensino e aprendizagem. Nesse sentido, se interpõem a necessidade de refletirmos sobre esses *espaços e meios de socialização* dos jovens adolescentes e a sua aplicação nos planos curriculares e a necessidade de discutirmos a relação entre esses espaços, a escola e a Geografia e o aluno.

Em relação a Geografia, podemos iniciar pelo seu objeto de estudo que vai se delineando no mapeamento dos *espaços e meios de socialização* e expondo os objetos geográficos: lugares que assumem significação local expressando formas urbanas que contêm frações da sociedade em movimento; lugares que contêm fluxos carregados de informação e tecnologia, fluxos materiais e imateriais do movimento mundial do capitalismo estabelecendo relações sociais de produção e apropriação do espaço geográfico.

Esse delineamento do objeto geográfico representa parte dos conhecimentos científicos da Geografia que, traduzidos, são reelaborados pela Geografia escolar: produção/organização do espaço geográfico pelo Homem para a vida em diferente tempo(s)-espaço(s).

Considerando essas especificidades do lugar/mundo a Geografia escolar pode oferecer novas possibilidades para o/a aluno/

a ler essa geografia vivida, outras formas para os/as jovens adolescentes assimilarem esses saberes, práticas e culturas e contextualizá-los no movimento global das relações mundializadas. Esta disciplina escolar pode ser utilizada estrategicamente para apreender o sentido das transformações e das possibilidades de intervenção planejadas ou não. Uma oportunidade para o aluno pensar a realidade vivida além do senso comum das suas vivências e experiências cotidianas e sistematizar suas análises do mundo em que vive e está para herdar.

Podemos dizer que são dimensões do currículo de um conhecimento da vida: a dimensão da *geografia vivida* (das práticas vivenciadas e/ ou experimentadas) e a dimensão da Geografia escolar (da sistematização das práticas vividas) que se interpenetram. E, o *lugar*, enquanto categoria geográfica, abre perspectiva para pensarmos o mundo, no sentido de espaço geográfico, que estamos construindo, pois:

Uma vez que cada sujeito se situa num espaço, o lugar permite pensar o viver, o habitar, o trabalho, o lazer enquanto situações vividas, revelando, no nível do cotidiano, os conflitos do mundo moderno. Desse modo a análise do lugar se revela - em sua simultaneidade e multiplicidade de espaços sociais que se justapõem - no cotidiano com suas situações de conflito e que se reproduz, hoje, anunciando a constituição da sociedade urbana a partir do estabelecimento do mundial (CARLOS, 1996, p. 26).

Portanto, os diversos *espaços e meios de socialização* presentes no espaço geográfico nos revelam simultaneamente: a *geografia vivida* por jovens adolescentes, as referências de identidade que eles e elas re/constroem por meio de práticas e vivências culturais e como os/as alunos/as interagem no lugar/mundo em que vivem.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRESCIANE, M.S.M. Metrôpoles: as faces do monstro urbano: as cidades do século XIX. In: *Revista Brasileira de História*. São Paulo: ANPUH, v.5, No 8/9, p. 35-68, 1985.

CARLOS, Ana Fani Alessandri. *O lugar No/Do Mundo*. São Paulo: Hucitec, 1996.

DAYRELL, Juarez. A Escola como Espaço Sócio Cultural. In: DAYRELL, J. (org.) *múltiplos Olhares, sobre educação e cultura*. Belo Horizonte: UFMG, pp.136-162, 1996.

FISCHER, Rosa Maria B. *Adolescência em Discurso – mídia e produção de subjetividade*. Porto Alegre (Tese de Doutorado), Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 1996.

GIROUX, Henry A . A Disneyzação da Cultura Infantil. In: SILVA, T.T.; MOREIRA, A . F. (orgs) *Territórios Contestados: o currículo e os novos mapas políticos e culturais*. Petrópolis: Vozes, pp. 49-81, 1995.

GIROUX, Henry A ; MACLAREN, Peter L. Por uma Pedagogia Crítica da Representação. In: SILVA, T.T.; MOREIRA, A . F.

(orgs) *Territórios Contestados: o currículo e os novos mapas políticos e culturais*. Petrópolis: Vozes, pp. 144-158, 1995.

GRECO, Fatima A .S. *Geografia(s), Saberes, Práticas e Vivências culturais de Jovens Adolescentes*. Uberlândia (Dissertação de Mestrado), Universidade Federal de Uberlândia, MG, 2000.

MENDELS, Pamela. ESTUDO: computador precisa conquistar mulher. *Folha de S. Paulo*, São Paulo, Folha Mundo –1, p. 16, 27 de abril 2000.

SANTOS, Milton. *Metamorfose do espaço habitado*. São Paulo: Hucitec, 5ª ed. 1997 a.

SANTOS, Milton. *Técnica, Espaço e Tempo – Globalização e meio técnico-científico informacional.*. São Paulo: Hucitec, 3ª ed. 1997b.

SANTOS, Milton. Por um mundo melhor. *O globo*. Rio de Janeiro, 12, set. 2000. Disponível em: <<http://www.clipping.com.br>>. Acesso em 12 set. 2000.