

20/01/2014 - Os rolezinhos são ‘uma demanda por cidadania’, ressalta a socióloga Fátima Jordão

(Luciana Araújo / Agência Patrícia Galvão) Nos últimos dias proliferaram na internet, nos veículos impressos e nas emissoras de rádio e TVs opiniões e análises sobre os ‘rolezinhos’ nos shopping centers da capital paulista, muitas delas apontando esses encontros de jovens convocados por meio das redes sociais como um novo fenômeno sociocultural. Para a socióloga Fátima Pacheco Jordão, no entanto, “tratar esses movimentos como novos, como aconteceu em junho de 2013, resulta em diferentes análises sem que nenhuma delas dê uma explicação razoável ao processo. Algumas falam em manifestação cultural, outras em aspectos de consumismo e novo perfil de consumo, e ficam por aí. Mas o que é preciso entender é que os jovens estão se expressando através da cidade, do espaço público, há muito tempo”.

Leia também: [Ativistas negros acusam shopping de racismo em São Paulo \(Última Instância\)](#)
[- Colunista do jornal Metro chama ministra Luiza Bairros de ‘anta’ \(Revista Fórum\)](#)

A socióloga, que é especialista em pesquisas de opinião e coordenou o estudo que resultou no livro [Sintonia Jovem: O que pensam e desejam os jovens brasileiros](#) (Cultura Data, 2008), ressalta que a novidade não está na forma de expressão, “mas na forma de congregação, na capacidade convocatória, que tem a ver com a internet”.

A ocupação de espaços em ambientes hostis

Fátima recorda o surgimento dos primeiros grafites na cidade, ainda na década de 1970. “O *establishment* reagiu primeiro sem saber como intervir, e a primeira coisa que fez foi proibir. Muitos jovens foram presos por causa do grafite, que hoje é reconhecido internacionalmente como uma referência cultural e estética. Depois do grafite, outras manifestações tomaram conta da cidade e também evoluíram para formas de influência musical, como o *rap*, o *funk* e a dança de rua, que não machucavam ninguém e não prejudicavam ninguém, mas eram sempre mal vistos. E há outras, como o *parkour*, que é um esporte que faz um percurso de ocupação da cidade, por telhados, muros e assim por diante. Agora os jovens decidiram marcar encontros nos shoppings. Ninguém saiu ferido, não houve nada, ninguém assaltou. Simplesmente é o mesmo padrão de ocupação da cidade”.

A socióloga aponta como principal elemento para essa recorrência das ações juvenis por cidadania o fato de que “um jovem percorre a cidade muito mais que qualquer outra faixa etária, seja trabalhando como *office boy*, indo e voltando, de casa para o trabalho e a escola, em busca de diferentes formas de lazer ou esporte. Então ele percebe que esse é um espaço ocupado por outros. Os carros tomam conta das ruas, a publicidade ocupa o espaço das ruas, com o comércio é a mesma coisa. E os jovens estão sempre buscando também a sua forma de ocupar e dando um aviso: ‘atenção, nós não temos espaço’. Eles usam a cidade para simplesmente dizer: ‘eu quero existir, me expressar, me divertir, comprar’. É uma demanda por cidadania, um fenômeno de longa data. São gerações diferentes que fazem diferentes formas de ocupação, mas basicamente estão expressando uma demanda que ninguém quer entender. Os jovens têm “marcado” as cidades, aqui e no mundo, com sua linguagem. São as autoridades, políticos e lideranças que não estão sabendo ler suas narrativas”.

A repressão policial ocorrida no Shopping Itaquera, no dia 10 de janeiro, e a liminar concedida pelo Judiciário paulista a seis centros de compras, autorizando lojistas a proibir a entrada dos grupos de jovens, levaram os ‘rolezinhos’ ao centro da pauta da mídia. Fátima Jordão ressalta que a resposta da sociedade também não é nova. “A sociedade não enxerga o jovem, a não ser através dos mecanismos de

controle. Nem a mídia, nem o mercado, nem o poder público e as políticas públicas estão contemplando adequadamente os jovens, que correm atrás daquilo de que mais precisam: o direito à cidade. E é isso que mais pega os nervos dos governantes, da classe média, os nervos conservadores”.

Uma manifestação política que incomoda o conservadorismo

Para Fátima Jordão os ‘rolezinhos’ são “uma forma de expressão intrinsecamente política. Não é uma forma de expressão ideológica, mas é político porque querem afirmar: ‘eu existo e tem que ter políticas para mim, representação na mídia para mim, a minha cara na publicidade, produto do meu tamanho’. Não é uma coisa dirigida apenas ao poder público, mas para o conjunto da sociedade conservadora. Nesse sentido, em sua *performance*, são muito parecidos com os movimentos feminista, antirracista ou ecológico”.

A especialista alerta para a necessidade de os demais atores sociais abrirem os ouvidos à juventude. “A política arcaica não dialoga com a juventude. As brigas partidárias, sobre se o candidato vai ser A ou B, se a aliança é essa ou aquela, são mecanismos dos velhos políticos, que não estão entendendo esse borbulhar social”.