

25 anos de quotidiano diferente

Cecília Barreira

DE 1974 A 1999 MUITO SE ALTEROU EM TERMOS DE mentalidades e quotidiano. Os espaços de sociabilidade modificaram-se. Os valores reorganizaram-se. Vinte anos que mais parecem meio século de distância, tal o fosso entre comportamentos e atitudes.

Os jovens, entre 1974 e 1977, viveram sensivelmente uma euforia revolucionária que atravessou toda a sociedade portuguesa e que mobilizou as pessoas para uma outra escala de valores e de representações sociais de que estiveram arredadas até aí. A contestação da ordem estabelecida pelo regime salazarista, posteriormente o marcelista, levou a que a sociedade civil se insurgisse contra os discursos conservadores, as grandes hegemonias, «Pátria, Família, Autoridade», e as normatividades relacionadas com o regime anterior. A sociedade pré-25 de Abril não conhecia a verbalização; era uma sociedade fechada, estranhamente imersa em si própria, ensimesmada. O 25 de Abril faz emergir a fala como processo catártico face a um silêncio de decénios, onde a vida privada e a esfera pública eram mantidas em sincretismo.

Em 1977, numa sondagem colectiva a jovens entre os 15 e os 21 anos, traça-se o perfil do adolescente pós-25 de Abril. A política, o convívio e a literatura são os interesses mais marcantes desta geração. De repente, dos marxismos aos leninismos, passando pelos socialismos, a sociedade portuguesa iniciou um diálogo com a esfera política, até aí um dos maiores tabus do regime salazarista. As manifestações sucedem-se a um ritmo avassalador e a sociedade civil habitua-se a verbalizar a revolta, o inconformismo, a repulsa ou a adesão a causas, experienciando emoções nunca antes vividas. Há um lado pulsional e emocional no modo como se vive a esfera política e social que marca profundamente o 25 de Abril: são as famosas campanhas de alfabetização, que alastram pelo País fora, as campanhas cívicas do MFA; os partidos políticos, cada qual

fazendo-se eco de múltiplas mensagens. A sociedade sofre um processo de ideologização, onde mesmo os que se dizem a-políticos e apartidários tomam uma posição definida.

Curiosamente, na mesma sondagem aos jovens, em 1977, os principais problemas que os afectavam eram o espectro do desemprego, a droga, a falta de saídas profissionais, a delinquência e a falta de recursos económicos. Nas relações pais-filhos, os jovens queixam-se do autoritarismo exercido pela entidade parental. As canções políticas, quer portuguesas, quer brasileiras ou oriundas da América Latina, têm nessa época o auge da difusão e da popularidade. Vestia-se ganga e não se usava gravata, como fórmula abreviada de vestuário. Era a apoteose da revolução, enquanto entidade mítica e milagreira dos males dos povos do Terceiro Mundo, era um país que novamente voltava costas à Europa e aos Estados Unidos, pelas razões inversas daquelas com que o salazarismo o tinha feito alguns decénios atrás. A Europa era o símbolo de um mal – o capitalismo, o consumismo, a burguesia –, e havia que combater os inimigos do proletariado.

Mas os anos 80 vão arrastando a sociedade portuguesa para um amolecimento dos ideais revolucionários e das grandes frentes de ideologização políticas e partidárias. Nada foi de repente. Tudo se passou ano após ano, com o pedido de adesão à CEE, com as primeiras vitórias da AD, com o cansaço das recessões económicas e com a maior euforia dos anos 80, sobretudo a partir da segunda metade. O consumismo.

Por um lado, os anos 80 reforçam, em matéria de sociabilidade, o direito à privacidade, em detrimento da esfera do público e do social. Deixa de se viver a política com o entusiasmo dos anos 70, para com ela se conviver com um certo indiferentismo, sentido especialmente pelos jovens, cujos pólos de atracção se deslocam para as noites citadinas, para o desporto e



© BIBLIOTECA/MUSEU REPUBLICA E RESISTENCIA, LISBOA.

para o convívio. O visual das pessoas começa paulatinamente a mudar: se a ganga ainda continua a dar o toque dos anos 80, nos homens surge mais frequentemente uma camisa e gravata, nas mulheres mais apuro na indumentária. Desde logo, surgem os pós-modernos, por volta

de 85. Evidenciam-se pelas cores negras no vestuário e pelo perfil longilíneo, depurado e elegante, bem diferente do «desleixo *engagé*» dos anos da revolução. A abertura dos bares emblemáticos, como o Frágil, em Lisboa, apela para um outro estilo de convivência entre as pessoas, marcado por músicas de vanguarda sem qualquer conotação política, para uma reflexão mais activa em torno dos trilhos do ego, do ser e da existência.

Como nos refere Lipovetski em *A Era do Vazio*, a geração dos anos 80 – e ele reportava-se concretamente aos EUA – é marcada pela figura do Narciso, é a emergência do narcisismo contemporâneo, «*perfil inédito no indivíduo nas suas relações consigo próprio e com o seu corpo*», na altura em que um capitalismo autoritário dá lugar a um capitalismo hedonista e permissivo. O hedonismo e a permissividade caracterizam bastante bem a sociedade portuguesa dos anos 80. Uma onda de consumismo e de lazer invade um quotidiano ainda bem arredado desses princípios do estar. É a televisão a cores, que apela a uma maior permanência em casa, é a proliferação de telenovelas brasileiras – iniciadas em 1977 com Gabriela; são os electrodomésticos, que se disponibilizam perante as donas de casa cada vez mais ávidas de atingir a sua autonomia de uma esfera doméstica asfixiante e monótona.

É sobretudo a necessidade de comprar o inacessível automóvel, o sonho dourado de todas as famílias, dos jovens que querem impressionar as namoradas ou dos mais idosos, que pretendem finalmente adquirir a abençoada viatura. Uma conjectura económica mais favorável a partir de 1985-1987 levanta, ao nível do consumismo, uma das vagas mais céleres e audaciosas: comprar objectos, consumir, torna-se a grande meta das pessoas individual ou colectivamente insendadas nas células familiares ou nas empresas. Compra-se mais: vestuário, electrodomésticos, automóveis, casas. Vai-se ao

restaurante com uma maior leveza do que na década anterior. As discotecas tomam-se lugares de culto, bem como certos bares.

Consome-se do amor ao automóvel e tudo se abre perante uma sociedade quase indiferente aos tabus ou aos obsessões míticas.

A partir de 1974 uma outra vaga invadiu a sociedade civil: a pornografia e o erotismo, um dos grandes temas tabu do salazarismo. Pelas ruas das cidades, desde as publicações periódicas aos livros, exibia-se a nudez, especialmente a feminina, com o acento fortemente marcado na provocação erótico-pornográfica. O sexo questionava-se agora abertamente nas escolas, nos debates públicos e privados. Os divórcios aumentaram em flecha, sobretudo após a legalização, em 1975, do divórcio para indivíduos casados pela Igreja. O debate sobre o aborto toma-se público também.



A sexualidade deixa de constituir um tabu, tão nítido ainda nos nossos anos 60 e princípios de 70, para se tomar uma realidade com que cada pessoa se confronta. Os filmes eventualmente chocantes invadem as salas de cinema, recordemos os filmes *O último Tango em Paris* ou *O Império dos Sentidos*, ou então o já clássico porno *Garganta Funda*.

O casamento também sofre, necessariamente, alterações importantes, não só o espectro do divórcio impregna toda e qualquer união, pairando em jeito de desafio junto dos casais, como a atitude do marido para com a esposa se altera. O início de algumas alterações importantes confirma-se junto das gerações mais jovens;

os maridos começam a ajudar as mulheres, também elas empregadas e usualmente mães de filhos, nas lidas domésticas. Claro que esta ajuda é eventualmente superficial, face aos muitos afazeres de uma casa. Mas a atitude muda se tomarmos em consideração a posição tradicionalista do homem que se demite de qualquer tarefa minimamente referente ao lar. A infidelidade conjugal, sobretudo no masculino, temática fundamental da sociedade oitocentista até praticamente ao 25 de Abril, é tratada de outra forma. Existe uma maior transparência relacional entre os sexos, o que toma a infidelidade um debate sério a ter em conta, e não uma temática tabu.



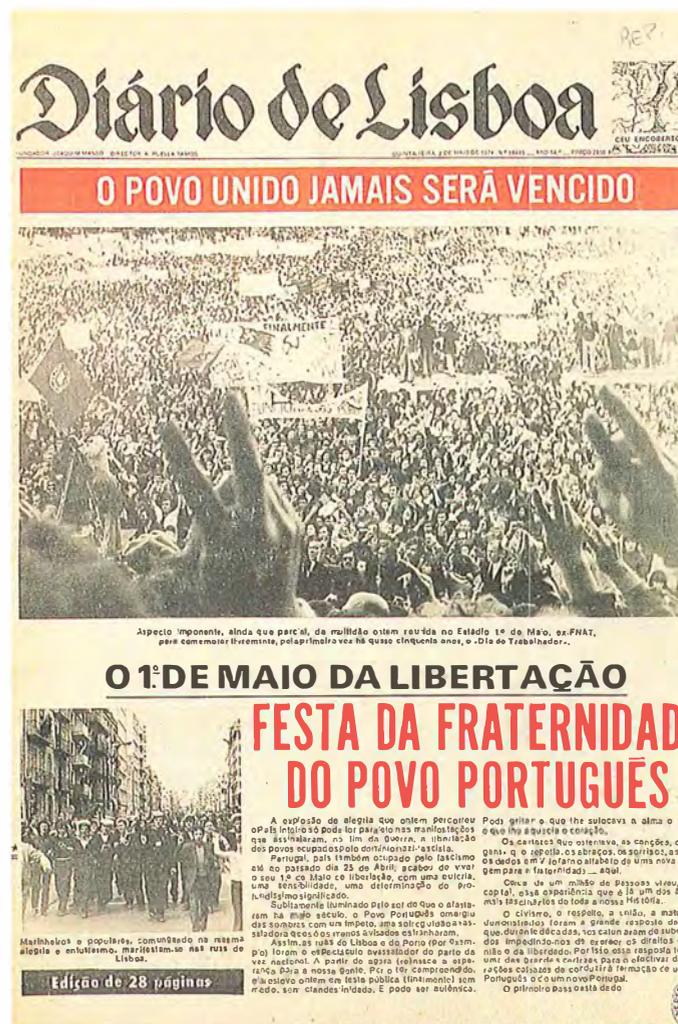
A contracepção e a pílula contraceptiva têm uma divulgação junto do colectivo através dos *media*. Somente, e já nos anos 80, a ameaça da SIDA recolocou a questão da sexualidade em termos menos permissivos e numa feição mais contida.

A explosão da sexualidade teve como efeito perverso a banalização do tema. Contudo, ao nível dos comportamentos sexuais, o final dos anos 80 e os anos 90 trouxeram o recrudescimento das uniões matrimoniais, do *Safe sex*, num recatamento que se prende a questões muito complexas, onde se embrenha a SIDA, o desejo de um relacionamento menos efémero, a segurança e também e sobretudo as questões económicas de sobrevivência a dois (o peso de uma renda a pagar, por exemplo).

Nos anos 90 a banalização do consumo estende-se à sexualidade: basta, nos dias de hoje, telefonar para determinados números e logo se depara a situação de escolher dezenas de candidatos a «amigos», para colmatar outra das grandes questões da sociedade actual – a solidão. A solidão de centenas ou milhares de mulheres divorciadas, com ou sem filhos, a solidão sentida nas grandes cidades, onde já não se torna efémero e aparente. A solidão na velhice, com baixas reformas e uma vivuvez que aumenta a depressão de quem a vive.

De 1974 a 1999 uma diferença assinalável: a solidariedade entre os indivíduos. A euforia revolucionária criou a expectativa do companheirismo, da mão solidária e sempre presente. Mas a sociedade civil foi adquirindo noções de individualismo, de personalização, e, como tal, as pessoas fecharam-se progressivamente no seu próprio universo concêntrico de questionamentos afectivos e profissionais.

A comunidade enquanto vivência colectiva e colectivista deixou de ter sentido, face a outras prioridades de apelo egocêntrico: a televisão e a febre do vídeo, a lenta agonia das sociedades



recreativas de forte pendor colectivo, a casa enquanto universo de refúgio, em detrimento dos velhos cafés conviviais.

A sociedade alterou-se substancialmente: os grandes centros comerciais e hipermercados tomaram-se as grandes feiras de fim de século. De teor impessoal, grandiosos, mas apelando exclusivamente ao consumo, esses centros reuniram o grande palco do desejo pelos objectos apetecíveis, quantos deles inacessíveis pelo

custo, mas ainda assim o centro de uma atenção desmesurada, que a publicidade, nos *media*, não estará alheia. Mas, apesar da impessoalidade, os centros comerciais e os hipermercados possuem a função catártica das grandes feiras e dos acontecimentos colectivos: as famílias deslocam-se em bloco, disseminadas por vários escalões etários, e aí encontram, através do olhar de desejo, a satisfação para as suas necessidades pessoais. Comprar tomou-se um jogo lúdico, onde se associam desejo e satisfação própria.

Os anos 80, sobretudo o final da década, assistiram à grande eclosão da publicidade agressiva nos *media*: rádio, televisão, jornais e *out-doors*. A influência da publicidade nos comportamentos não se pode menosprezar numa sociedade toda ela voltada para valores de consumo. A mulher, também ela, sofre uma evolução. Por um lado, cada vez mais activa na vida profissional, não pode deixar de pensar na sua vida pessoal, o que a transforma num ser bipolar: entre o emprego e a casa, os filhos, a vida doméstica. Por outro, as solicitações do universo da sedução tornam-na vulnerável ao consumismo, para ser mais atraente, para rejuvenescer, para agradar. A juventude torna-se não uma etapa, mas uma meta a ascender e encontrar. Se nos anos 70 os jovens ambicionavam ter a sua própria casa para crescerem e serem autónomos da autoridade parental, agora o caminho trilha-se ao contrário.

Crescer é envelhecer: ter mais de 25 anos é o medo de qualquer jovem púbere. A casa é um bem inestimável, mas a casa dos pais – entretanto cada vez mais permissivos e tolerantes em relação aos filhos – prolonga-se por mais tempo, nela se abrigando os jovens até bastante tarde.

Afastada a corrente de solidariedade, pugna-se pela competição – no emprego, sobretudo.

Mas tudo começa na escola, onde se aprende a competir numa sociedade toda ela centrada em padrões de consumo. Alcançar um

emprego bem remunerado é a esperança de qualquer jovem, e aí nada os separa daqueles outros adolescentes dos anos 70. A beleza e a juventude são cultivadas até à exaustão e as pessoas ressentem-se desta mitologia de fim de século. Passar dos 40 anos é o receio de entrar na andropausa ou na menopausa.

O templo flui vertiginosamente e a curiosidade obsessiva pela astrologia, pela cartomância, por curandeiros e bruxas não poupa nenhum estrato social. É uma febre de adivinhar o futuro pessoal, que se prende a inseguranças de um colectivo em mutação. Os psicanalistas e os psiquiatras não têm mãos a medir. «*Os psi os grandes do deserto?*», interroga-se Lipovetski. Talvez a necessidade de um interlocutor, numa sociedade pautada pela solidão, pela ausência de diálogo, pela indiferença.

Canto Livre, Campo Pequeno, 1974.
Fotografia de Emanuel Garcia.



«Nos anos 80, verifica-se na sociedade um amolecimento dos ideais revolucionários. A juventude desinteressa-se da política e os seus pólos de atracção deslocam-se para as noites citadinas. Uma onda de lazer e consumismo invade o quotidiano». Avenida 24 de Julho, Lisboa. Fotografia de Paixão Esteves.



Entretanto, na televisão, adquiridos em 1992 e 1993 mais dois canais privados, passam cenas de violência, entrecortadas por sexo, escândalos e vivências diferentes. A televisão dos anos pós-25 de Abril era militantemente política. Agora é-o sublimemente. Mas o que verdadeiramente importa para as pessoas é o sonho do prémio: num concurso, na apetência de uma ascensão social fulgurante, não importa como. Daí que as telenovelas, com a receita mágica da miscelânea entre ricos e pobres, e os concursos, com o direito a prémios avultados e automóveis, reu-nam a preferência do público consumidor de TV. Sonhar individualmente com o totoloto, ou o casamento milagreiro, ou o automóvel ambicio-

nado é o direito de qualquer cidadão. E a fórmula estará em despertar estes instintos e sonhos residuais e espalhá-los em telenovelas ou outros programas.

Ia-se muito ao cinema nos anos 70 e princípios de 80, antes da era do vídeo, da televisão-satélite e dos canais privados. Agora, há que ficar em casa, porque é mais cómodo e a oferta fílmica é infinita. Os cidadãos, mais acomodados, já não saem para se manifestarem em público como nos idos anos 70.

Dos anos 70 para os anos 90 a diferença de uma atitude e pose distintas: entre a solidariedade e o individualismo; entre Che Guevara e Narciso; entre a revolução e a reflexão.