

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE EDUCAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM PEDAGOGIA DA ARTE

ANA CLEIA CHRISTOVAM HOFFMANN

À MODA DA CASA: ÉTICAS E ESTÉTICAS DA CULTURA JOVEM NO CENÁRIO
CONTEMPORÂNEO DO BAIRRO BOM FIM, PORTO ALEGRE

PORTO ALEGRE
ABRIL DE 2011.

ANA CLEIA CHRISTOVAM HOFFMANN

À MODA DA CASA: ÉTICAS E ESTÉTICAS DA CULTURA JOVEM
NO CENÁRIO CONTEMPORÂNEO DO BAIRRO BOM FIM,
PORTO ALEGRE

Trabalho de Conclusão do curso de
Especialização em Pedagogia da Arte, do
Programa de Pós-Graduação em Educação da
Faculdade de Educação da Universidade federal
do Rio Grande do Sul.

Orientadora: Elisabete Maria Garbin

Porto Alegre
Abril de 2011.

DEDICATÓRIA

*Dedico esta monografia
as pessoas que puderam tornar este projeto possível:
os “malandros do Bom Fim”, meus entrevistados.*

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Universidade Federal do Rio Grande do Sul, por proporcionar a oportunidade de produção de novos conhecimentos.

À minha orientadora, Dra. Elisabete Maria Garbin, que acreditou na proposta e forneceu contribuições preciosas para elaboração deste trabalho.

Aos/as Professores/as Dra. Paola Zordan, Dra. Luciana Loponte, Dra. Luciana Prass, Dra. Rosa Fischer e Dr. Marcelo Andrade, pelas reflexões envolvidas nas disciplinas, que colaboraram com os insights deste estudo.

Ao meu amado filho, Ulisses, por estar todos os dias ao meu lado e ser fonte de grande inspiração.

Aos estimados colegas, pelas trocas de experiências, paciências, parcerias e colaborações.

Aos amigos queridos, dos quais me ausentei neste período de finalizações dos trabalhos.

A todos que, de alguma forma contribuíram, direta ou indiretamente, nesta pesquisa.

E a Deus, sempre, por mais esta conquista.

*“Eu faço tudo que a garota quer
Eu sou punk meu bem, eu sou rocker meu bem,
Eu faço tudo que a garota quer
Eu sou grunge meu bem, eu sou heavy meu bem
Mas mesmo assim, não não não eu não sou ninguém”*

Malandro do Bom Fim – Tequila Baby

RESUMO

O objetivo da presente investigação é estudar jovens porto-alegrenses freqüentadores de um circuito noturno chamado ‘alternativo’ do Bairro Bom Fim, da cidade de Porto Alegre/RS, buscando identificar as marcas identitárias e estilos destes jovens, analisando os modos de ser/estar “diferente” em tais espaços noturnos alternativos. O intuito é problematizar em que medida tais jovens freqüentadores desses territórios subjetivam e são subjetivados pela moda. Para isso, utilizou-se de estudos bibliográficos e de técnicas da etnografia como observações, diários de campo e entrevistas semi estruturadas com os sujeitos pertencentes ao espaço pesquisado, trazendo fragmentos do bairro Bom Fim, sua lógica espacial, os locais de lazer dos jovens, os gostos e estilos de vida, o comportamento consumidor, as performances e símbolos que agrupam estes jovens nos locais visitados.

Palavras-chave: Culturas Juvenis, Consumo, Marcas identitárias, Performance, Nomadismo, Territorialização.

ABSTRACT

The main goal of the current research is to study a youth group in Porto Alegre that often goes to a nightclub circuit called “alternative” at Bom Fim neighborhood in Porto Alegre, trying to identify these young people style and identity, analyzing their way of being on such alternative nightclubs. The aim is to measure how fashion influences these young people, on this specific environment. For this, bibliographies and ethnographics techniques were studied, such as observation, filed diary and half structured interviews with the people inserted on the environment studied, bringing fragments of Bom Fim neighborhood, its space logic, places for leisure (chosen for those young people before mentioned), tastes and lifestyles, consumer behavior, performances and details that bring this young people together in those visited places.

Keywords: Youth Culture, Consumption, Identity features, Performance, Nomadism, Territorialization.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Wander Wildner – apresentação <i>Caminando y Cantando</i> no Bar Ocidente.....	16
Figura 2: "Circuito jovem" visitado no bairro Bom Fim.....	21
Figura 3: <i>Cabaret Poa</i>	26
Figura 4: <i>Beco203</i>	26
Figura 5: <i>Flyer</i> de divulgação de uma Performance.....	28
Figura 6: Rosto coberto entre as trocas de roupa.....	30
Figura 7: O vestir como expressão da identidade.....	31
Figura 8: <i>Performer</i> invade e demarca os espaços.....	32
Figura 9: Grupo heterogêneo motivados pelo “estar junto”.....	33
Figura 10: Imagem retirada do site <i>Estilo Exclusivo</i>	39
Figura 11: Moda singular.....	40
Figura 12: Símbolos da moda <i>retrô</i>	41
Figura 13: Garimpos em brechós.....	41
Figura 14: Marcas corporais.....	41
Figura 15: Performance.....	42
Figura 16: Visual diferenciado.....	43
Figura 17: Festa no <i>Beco</i>	45

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	10
1 ASSOCIAÇÃO AO ‘METIÈ DA MODA’	13
1.1 Desde a infância costurando estilos.....	13
1.2 Já crescida, abrindo as gavetas.....	14
1.3 A primeira etapa.....	14
1.4 Correndo atrás!.....	15
2 RECORTANDO ESPAÇOS E ‘MODELANDO’ SUJEITOS	18
2.1 COMPREENDENDO A LÓGICA ESPACIAL.....	18
3 SOBRE A ARQUITETURA DO ESTUDO, OU DAS FORMAS DE CONSTRUI-LO	24
3.1 Sobre a escolha dos espaços.....	27
4 ILAÇÕES TEÓRICAS: consumo, subjetividades, marcas identitárias	29
5 (NOVOS) MODOS DE SER E ESTAR JOVEM NA MODA CONTEMPORÂNEA	36
5.1 FONTES DE INSPIRAÇÃO PARA AS MONTAGENS: DO ANALÓGICO AO DIGITAL.....	37
5.2 DESFILES PERFORMÁTICOS.....	42
6 COSTURANDO E (DES) COSTURANDO: NOVAS PERGUNTAS	47
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	49

INTRODUÇÃO

O Bairro Bom Fim, na cidade de Porto Alegre/RS, que é caracterizado pela boemia e pela intelectualidade é conhecido, historicamente, como local de resistência, que abriga vários grupos urbanos alternativos e oferece uma atmosfera de efervescência cultural. Cumpre notar que a expressão ‘alternativos’, no estudo, diz respeito às juventudes frequentadoras deste espaço, que escolheram como estilo de vida, expressões artísticas e formas de comportamento que estão em constante mudança e se contrapõe a homogeneização e para isso utilizam várias linguagens, como a música, os estilos de vestir, de falar como meio para diferenciar-se.

Tendo em vista o exposto, trago como problematização desta pesquisa em que medida jovens frequentadores de territórios chamados alternativos de Porto Alegre subjetivam e são subjetivados pela moda?

O objetivo da presente investigação é estudar jovens porto-alegrenses frequentadores de um circuito noturno chamado ‘alternativo’ do Bairro Bom Fim, da cidade de Porto Alegre/RS, buscando identificar as marcas identitárias e estilos destes jovens, analisando os modos de ser/estar “diferente” em tais espaços noturnos alternativos. O intuito é problematizar em que medida tais jovens frequentadores desses territórios subjetivam e são subjetivados pela moda.

O campo teórico-metodológico está centrado em estudos sobre Juventudes Contemporâneas, Filosofia, Arte e Educação, Estudos Culturais, Gráficas Pictóricas e Visuais. Os principais autores utilizados para a construção do estudo são Bauman (2001, 2004, 2008), que trata a incessante atividade de consumo e a transformação dos sujeitos em mercadoria; Le Breton que aborda as marcas corporais como símbolo de diferenciação e fuga do anonimato; Maffesolli (1998, 2001) e o destaque para o que chama de nomadismo metropolitano e a vida errante dos jovens de grandes centros urbanos; Magnani (2000, 2005) complementando o autor anterior, conceituando estes espaços e trânsitos percorridos; Canevacci que aborda a influência da comunicação digital e a multiplicidade de *eus* para explicar o corpo subjetivo do sujeito contemporâneo; Lipovetsky (2005, 2007) e o individualismo contemporâneo proposto pela cultura de massa e Deleuze e Guattari (1992, 1996) que trazem o conceito de territorialização em que a singularidade do sujeito dá forma à subjetividade coletiva dos espaços ocupados.

Quanto ao aspecto teórico-metodológico, a pesquisa caracteriza-se em uma abordagem qualitativa e utiliza-se de técnicas da etnografia como observações, diários de campo, fotografias, conversas, etc. Traz como ferramentas de análise, os conceitos de narrativa e autonarrativa. As etapas da pesquisa caracterizaram-se em entrevistas semi estruturadas com os sujeitos pertencentes ao espaço pesquisado, trazendo fragmentos do Bairro Bom Fim, sua lógica espacial, os locais de

lazer dos jovens, os gostos e estilos de vida, o comportamento consumidor e símbolos que agrupam estes jovens nos locais visitados, através de diários de campo.

Sobre o circuito noturno do Bairro Bom Fim, inicialmente foi observado durante o período de maio de 2010 a janeiro do ano 2011, os bares *Bambus*, *Beco 203* (ou Porão), *Cabaret Poa*, *Café da Oca*, *Bar Ocidente*, e *Lancheria do Parque*, todos localizados na Avenida Osvaldo Aranha e suas imediações. No entanto, a limitação de tempo para a feitura da pesquisa e sua escolha metodológica, foi necessário que se emoldurasse o espaço e se optasse por dois dos locais apenas, a saber: *Cabaret Poa* e *Beco 203*, ambos na situados na Avenida Independência, que na cartografia geográfica tradicional da cidade fazem parte do bairro Independência, mas pelos seus freqüentadores, são descritos como ‘pertencentes’ ao Bairro Bom Fim. Esta é uma característica comum na cidade de Porto Alegre, pelo fato de bairros vizinhos trazerem cargas identitárias muito semelhantes. O motivo da escolha destes dois locais se deu pelo fato de o primeiro ser um local tradicional de práticas de resistência na história de Porto Alegre, haja vista que o local em novembro de 2010 comemorou 17 anos de atividades e que muitos dos freqüentadores que fazem parte do público da casa, acompanham desde a sua fundação e, o segundo, um local de performances e *performers*, embora ambos sejam envolvidos por diversas semelhanças, inclusive de públicos.

A estrutura do estudo foi construída da seguinte maneira: na primeira parte “abre-se o baú”, e traz-se um resumo da trajetória de vida e acadêmica da pesquisadora, associando-a ao *métier* da moda e assim justificando o interesse no tema pesquisado.

Na segunda parte, *Recortando espaços e ‘modelando’ sujeitos*, foi delimitado o espaço da pesquisa, apresentando o bairro Bom Fim e a descrição do perfil dos sujeitos freqüentadores deste território alternativo, aprofundando sobre as escolhas teórico-metodológicas e relacionando com conceitos de territorialização, desterritorialização performance, marcas identitárias, consumo, nomadismo, individualização.

Na terceira parte, foram trazidas as impressões de uma performance realizada na disciplina do Curso de Especialização chamada *Gráficas Pictóricas e Visuais*, pois esta funcionou como um laboratório para o estudo que se apresenta. Tal experiência, nomeada de *Fluxo e Refluxo* é o resultado parcial de uma pesquisa sobre juventudes contemporâneas que estudou a construção ética e estética dos jovens da cidade de Porto Alegre, explorando os espaços percorridos por estes jovens, através de fenômeno chamado “nomadismo metropolitano” e os estilos como marcas identitárias, representados através da roupa, da música e outros artefatos. Retratou, através de palavras-chave em distribuídas em determinados espaços do Campus Central da UFRGS e performance, os modos de viver destes jovens, que buscam se distanciar de alguma forma da tendência à homogeneização cultural desenvolvendo novas formas culturais através do seu comportamento, sua maneira de vestir-se e dos espaços freqüentados. A este capítulo, foi dado o nome de *Ilações teóricas*, que além

de trazer as percepções de quem participou da experiência, também tematiza conceitos importantes para o estudo.

Na última parte, (*Novos modos de ser e estar jovem na moda*) foram construídos dois eixos analíticos, a saber: o primeiro eixo, *Fontes de inspiração para as montagens: do analógico ao digital*, considerando aqui analógico, toda moda *retrô*, garimpada em brechós e bazares, através dos múltiplos usos de artefatos que são vividos, revisitados e reinventados na pele de jovens e a resignificação que é dada a ela; e a moda digital, trouxe em que medida o consumo de tecnologias digitais opera na constituição de novos modos de estar na moda, através de pesquisas na internet em blogs internacionais que lançam tendência, ou em revistas importadas de acesso a poucos. Já no segundo eixo, *Desfiles performáticos* foram apresentados os modos de ver e serem vistos destes jovens, através de excertos de entrevistas e imagens coletados em campo.

1. ASSOCIAÇÃO AO ‘*METIÈR DA MODA*’

1.1 Desde a infância costurando estilos...

Já na infância, filha caçula de uma grande família tradicional alemã do interior do Rio Grande do Sul, tendo a maioria dos irmãos homens, o gosto, primeiramente musical, começa a ser moldado ao som de *Beatles*, *Pink Floyd*, entre tantos outros grandes nomes no cenário musical mundial. Junto a isso, se somou o gosto pela roupa, essa “segunda pele” que fascina que nos torna tão diferentes, tão iguais. Foi aí que comecei a desenhar os “modelitos” usados por mim e que eram levados à costureira para confeccionar. Eram diferentes, eram únicos, eram meus e ninguém tinha.

No tocante a este ponto Carmo irá comentar que: “A renovação do guarda-roupa sugere que se pode “mudar de pele”. Desnuda-se o prazer narcísico de se transformar aos olhos dos outros e de si mesmo, de se tornar ou de se sentir uma outra pessoa” (2000, p. 199). Mais que isso, é o desejo de “estar à frente” fomentando o sentimento de segurança, experiência que a vida de consumo deixa a desejar.

Deve-se considerar que esse perfil começa a ser traçado já a partir do volume de informações à que somos submetidos pelos meios de comunicação, livros e revistas, o que hoje, ocorre com velocidade ainda maior e com a interferência das mídias digitais, tais como blogs e redes sociais. Este indicador evidencia que: “Quanto mais os indivíduos são informados, mais se carregam de sua própria existência, mais o Ego é objeto de cuidados, de autossolicitudes, de prevenções”. Lipovetsky (2009, p. 263).

A satisfação da exclusividade ao se vestir tinha um preço alto em alguns casos: o de ser excluída, incompreendida, ridicularizada, e às vezes, admirada. Este fator corrobora com o que Bauman (2007, p.21), comenta em seus estudos sobre consumo, que “na era da informação, a invisibilidade é equivalente à morte” por isso, ver e ser visto, tornara-se o lema juvenil, mesmo que para isso, corra-se o risco de uma exposição negativa. Carmo (2000, p. 200) irá complementar afirmando que:

Se o fundamento da moda jovem pode ser encontrado nos desejos de diferenciação em relação à figura dos adultos e de emancipação, suas estratégias de mercado exacerbam tais desejos e consagram a extrema importância do “parecer”. A moda estimula a ilusão de que é possível afastar-se radicalmente da média com a intenção de provocar, exceder, desagradar, surpreender ou mesmo chocar.

Na adolescência (meados de 1993) isso se torna mais difícil, afinal eu era tomada como

transgressora por usar calça jeans rasgada com etiquetas aplicadas, camisa xadrez do pai e ouvir *Nirvana*, *Alice in Chains*¹ entre outras bandas do cenário *grunge*² (que só fui saber bem mais tarde o que era) aos 13 anos de idade numa cidade do interior. É isso era inadmissível!

1.2 Já crescida, abrindo as gavetas...

Cresco mais um pouco. Agora já sou uma jovem adulta, já namoro, mas continuo “rebelde”. Diria uma “falsa rebelde”, daquelas que tira boas notas na escola, dá aula particular para o colega necessitado, mas que, de alguma maneira precisava extravasar. Opinião formada sobre tudo, como a maioria dos jovens e “dona da verdade”, ou pelo menos da minha verdade, com 18 anos chego à cidade Porto Alegre, contra a vontade dos meus pais, para estudar e trabalhar. Nesta época, o guarda-roupa da minha mãe se torna o *meu* guarda-roupa, com peças de época, que nem ela usava mais.

Tais características apresentadas revelam que “as marcas corporais mudam radicalmente de estatuto, usurpadas pela moda, o desporto, a cultura nascente e múltipla das jovens gerações, que se diversificam igualmente numa busca de singularidade pessoal”, conforme cita Le Breton (2004, p.89). Neste caso, a roupa usada como marca corporal tem a função de exprimir o “valor” do sujeito, que é representado através da sua criatividade, originalidade o tornando singular.

As visitas aos brechós (que só descobri chegando a Porto Alegre) se tornam cada vez mais frequentes, e descubro o gosto dos jovens porto-alegrenses por este estilo, que será aprofundando no decorrer deste trabalho, e que não verdade não era exclusividade minha. Porém, a faculdade de *Moda*³, que a família nunca entendeu por que a escolhi (e se a escolhi, conseqüentemente, tive de pagar por ela), veio somente alguns anos depois.

1.3 A primeira etapa...

A abordagem da moda como leitura do corpo, como “fenômeno cultural”, como teoria, sempre esteve presente, desde muito antes da faculdade. Era olhar para roupa e querer entender

¹ Estas são bandas que se originaram no final dos anos 80, mas que ganharam visibilidade no cenário *grunge* que ocorre no início dos anos 90, inclusive no Brasil. São de origem norte-americana, *Seattle*, *Washington* e se popularizaram entre as bandas de rock alternativo do período. *Nirvana* foi liderada pelo cantor Kurt Cobain, que terminou com seu suicídio em 1994. Já *Alice in Chains*, entre altos e baixos, em 2009 gravou seu último álbum, intitulado *Black Gives to Blue*.

² O estilo *grunge* nasceu nas ruas e trata-se de um estilo “anti-moda” de criar ou combinar roupas para parecer deliberadamente desarrumado, mal vestido. (JONES, 2007)

³ Curso de Graduação em Moda pela Universidade FEEVALE, de Novo Hamburgo/RS, freqüentado durante o período de 2003 a 2009, com trabalho de conclusão orientando pela antropóloga, Dra. Margarete Fagundes Nunes.

mais que a modelagem ou o tecido da qual era confeccionada. Olhar para a roupa e ver não apenas aquele pedaço de tecido usado para cobrir ou adornar o corpo, mas querer saber o porquê das coisas, por que *daquela maneira* e não *desta*.

No primeiro diário de campo para a retomada do estudo com jovens no bairro Bom Fim, tive a oportunidade de entrevistar, muito efemeramente, o músico Wander Wildner⁴ que afirma que “o porquê dos por quês não importa”, ao tentar questioná-lo sobre a roupa que estava usando, assunto que será retomado com mais detalhes no último capítulo deste trabalho.

Estas inquietações refletiram nas escolhas durante a graduação. Por exemplo, cursar disciplinas teóricas, tais como, História da Arte e da Indumentária, Semiótica e Antropologia Cultural procurando sempre tecer conexões que ampliassem e explicassem o porquê de perguntas que ainda mal conseguia formular. Afinal as dúvidas eram muitas e a hibridização de gostos mais ainda. No entanto, era o momento de delimitar o “meu problema”, pois o curso de graduação em Moda estava chegando ao fim e o Trabalho de Conclusão de Curso precisava ser iniciado.

Com isso, no Trabalho de Conclusão de Curso⁵, desenvolvi uma proposta interdisciplinar, na qual transitei por abordagens teórico-metodológicas, unindo estudos de moda, antropologia, história, sociologia, entendendo moda como “fenômeno cultural”. Desta forma, pode-se dizer que moda é modo de vida, visão de mundo e que seu campo é muito maior que um objeto “vestível”, pois esta moda inclui gostos, crenças, visões, valores, atividades, entre outros fatores. Por isso, busquei no circuito *underground* de casas noturnas do bairro Bom Fim, na cidade de Porto Alegre, o espaço para iniciar minha pesquisa de campo, onde atuei como observadora participante, com o propósito de compreender melhor os modos de ser e agir dos sujeitos desta pesquisa.

1.4 Correndo atrás!

Este estudo que realizei anteriormente trouxe grande inspiração e na ânsia de dar continuidade participei do processo seletivo de mestrado em Antropologia Social na Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Fui desclassificada, mas a busca incessante em dar continuidade na pesquisa iniciada na graduação era maior que qualquer obstáculo que poderia se opor ao meu caminho naquele momento. Com isso, ao realizar uma busca no site da Universidade Federal do Rio

⁴ Cantor e compositor foi vocalista da *Banda Replicantes* nos anos 80, na qual retornou em 2003. Ícone do cenário artístico e alternativo da cidade de Porto Alegre desenvolveu trabalhos como ator e produtor de peças de teatros e *shows*. Seu estilo musical é o *rock* com referências dos anos 70. Porém, no seu último trabalho ele aborda um estilo musical denominado *punkbrega*, onde ele reflete sobre questões existencialistas que transitam a cerca de despedidas, desilusões, amores, entre outros. Mais sobre o artista em <http://www.wanderwildner.com.br/>

⁵ HOFFMANN, Ana. **A moda do pós-guerra revisitada para a construção do cenário underground em Porto Alegre**. Novo Hamburgo: Feevale, 2009. Trabalho de Conclusão de Curso. Disponível em: <http://ged.feevale.br/bibvirtual/Monografia/MonografiaAnaHoffmann.pdf>

Grande do Sul (UFRGS) encontrei o curso de (pós-graduação) Especialização em Pedagogia da Arte, onde ao ler a súmula me deparei com estudos sobre Juventudes Contemporâneas, Leituras Semióticas, Filosofia e Educação, Artes Visuais, entre outras disciplinas que me deram à certeza absoluta do que era hora de prosseguir.

Ao ser selecionada para cursar a Especialização e Pedagogia da Arte e no transcorrer das disciplinas, comecei a criar conexões entre os estudos realizados em aula e a pesquisa de meu interesse, expandindo para novos horizontes o estudo da moda, dos estilos de vida e consumo jovem na pós-modernidade. Pode-se observar que conceitos trazidos anteriormente, já faziam parte dos Estudos Culturais focados nas juventudes contemporâneas e que o “mix-híbrido de cultura”, que abordo é amparado por bibliografias que sustentam tal tema, o que tornava o interesse em problematizar este assunto, maior ainda.

De volta ao *Bar Ocidente*, por volta das 22h, a casa começou a lotar. No camarim, [muitas risadas], um misto de despensa, depósito, *closet*, onde os funcionários guardavam seus pertences, estávamos todos e o Wander. Ele iniciou uma sessão de fotos e, para isso, vestiu um “sobretudo” de jornal e um chapéu também do mesmo material. Parecia um mágico, um espantalho, e não resisti: - *Por que desta roupa de jornal, qual a razão?*

E o Wander com sua cara cômica, única: “*O porquê dos porquês não importa.*”

Não insisti. (Excerto de Diário de Campo, 11 de maio de 2010. Segunda-feira. 21h.)



“Os shows de Wander Wildner são capazes de despertar os mais viscerais e simplórios sentimentos, aqueles que autorizam a sair escrevendo clichês, relembrar amores desfeitos ou as memórias da infância, sacar de um lençinho pra secar as lágrimas. E sentir-se bacana com isto tudo. O bardo sulista impressiona beberrões de uísque barato que batem o pé em bailões do interior do país ou adeptos de *alt-rock* que rebolam sua modernidade nas festinhas *blasés* das capitais. Sua música de culto tem todos os elementos para fazer sucesso popular.” (Revista Acesso total⁶)

**Figura 1: Wander Wildner⁷ – apresentação
*Caminando y Cantando no Bar Ocidente***

⁶ <http://www.acessototalrevista.org/>

⁷ Fotografia de Fernanda Chemalle.

As notas deste primeiro diário de campo, que na verdade marcam o retorno ao campo de pesquisa que foi iniciado entre o ano de 2008 e 2009, apresentam vários elementos que fazem parte deste cenário, tais como os jovens que o freqüentam, a maneira como se vestem, sua linguagem e como se relacionam com o universo do consumo. Tal comportamento é analisado por Lipovetsky:

A aspiração de realizar-se, de gozar imediatamente a existência não é um simples equivalente do adestramento do *homo consumans*: longe de embrutecer os seres no divertimento programado, a cultura hedonista estimula a tornar-se mais senhor e possuidor de sua própria vida, a autodeterminar-se em suas relações com os outros, a viver mais para si próprio. (2009, p.205)

Entretanto, para estabelecer comparações entre estes jovens e ter condições de identificar e analisar suas marcas identitárias, ou seja, seu comportamento ético e estético fazia-se necessário também aprofundar o estudo deste espaço e destes sujeitos, delimitando, inclusive, o espaço para aprofundamento da pesquisa.

2. RECORTANDO ESPAÇOS E ‘MODELANDO’ SUJEITOS

2.1 COMPREENDENDO A LÓGICA ESPACIAL

Consideremos o Bom Fim um país – um pequeno país, não um bairro em Porto Alegre. Limita-se, ao norte, com as colinas dos Moinhos de Ventos; a oeste, com o centro da Cidade; a leste, com a Colônia Africana e mais adiante Petrópolis e as Três Figueiras; ao sul, com a Várzea, da qual é separado pela Avenida Oswaldo Aranha. (SCLIAR, 2008, p. 05)

A delimitação geográfica descrita pelo autor, no livro *A Guerra do Bom Fim*, nos permite constatar o sentimento cultivado, inclusive dentre os moradores e freqüentadores, e a importância que o Bairro, historicamente, tem para a cidade de Porto Alegre.

Rocha (2001) também dará sua contribuição, ao caracterizar este Bairro como um local de efervescência cultural, reforçando características de diversidade e boemia, através das décadas:

Da agitação política que reinava nos cafés, bares, casas de espetáculos e cinemas da Porto Alegre dos anos 20-40, o Bom Fim herda a ambiência das conspirações e manifestações estudantis secundaristas e universitárias dos anos 50 e 60. Tal atmosfera de efervescência cultural se amplia, nos anos 70 e 80, quando o Bom Fim absorve novas socialidades coletivas, se tornando território de enraizamento de tribos urbanas (homossexuais, ecologistas, punks), das lojas de produtos naturais, de templos de grupos esotéricos que dividem, junto com o bar Lola, Lancheria do Parque e Ocidente, as atenções das autoridades locais. (2001, p.06).

Logo, embora, haja um devir urbano, que em muitos Bairros rompe com as marcas históricas do espaço, isso não ocorre no Bom Fim. Neste local, determinadas singularidades são preservadas ao longo do tempo, sempre conferindo um caráter de originalidade que lhe foi atribuído há décadas atrás.

O Bairro ainda traz a peculiaridade de estender seu nome aos bairros vizinhos, que, freqüentemente, são considerados como parte do Bom Fim. Isso ocorre devido às semelhanças que existem, ou que se cultivam entre os que circulam pelo bairro e que são responsáveis por pulverizar as marcas identitárias para os espaços mais próximos, fazendo deles uma extensão do Bom Fim. Dentre eles, o Bairro Independência e os contornos do Bairro Moinhos de Vento, adotam freqüentemente esta identidade e esta nomenclatura.

Diversos locais, não apenas espaços noturnos, mas lojas e cafés carregam as “marcas do Bom Fim” e conseqüentemente, ampliam seu público. No tocante a este ponto, Guattari, comenta o movimento de territorialização/desterritorialização dos grandes centros urbanos e a construção dos

estilos nestes espaços, que acaba culminando no comportamento nômade dos jovens:

O nomadismo selvagem da desterritorialização contemporânea demanda então, a meu ver, uma apreensão “transversalista” da subjetividade. Quero dizer com isso uma apreensão que se esforçará para articular pontos de singularidade (por exemplo, uma configuração particular do terreno ou do meio ambiente), dimensões existenciais específicas [...] transformações funcionais virtuais [...], afirmando ao mesmo tempo um estilo, uma inspiração, que fará reconhecer, à primeira vista, a assinatura de um criador. (1992, p.177)

Sobre este comportamento, cabe perguntar: será que o drama contemporâneo não vem do fato de que o desejo de ‘errância’ tende a ressurgir como substituição, ou contra o compromisso de residência que prevaleceu durante toda a modernidade?

Maffesoli faz suas considerações sobre o tema e explica como se forma o comportamento errante do sujeito nômade, plural e sem compromisso com uma estrutura específica ou ainda que tenta se desamarrear dela.

Nesse sentido a errância pós-moderna é aquela mesma que pode permitir lançar uma ponte entre o mundo contemporâneo e os valores tradicionais cuja revivescência impressiona todos os observadores sociais. Se denominador comum é exatamente o fato de que essas iniciações não se satisfazem com uma existência estável, funcional, puramente racional e instrumentalizada, mas usam a pluralidade da pessoa, pelo viés do fantástico, da fantasia, do material ou de outros procedimentos imaginários. (MAFFESOLI, 2001, p. 112-113)

Entende-se também por nomadismo, no contexto das culturas juvenis, o que Garbin (2006) assinala que “o atrativo parece ser que qualquer um dos lugares é um lugar para todo mundo se encontrar” (GARBIN, 2006, p. 207). Ainda para a autora, “o nomadismo juvenil contemporâneo caracteriza-se pelo conjunto de práticas espaciais que transformam ‘lugares’ como postos de gasolina, calçadas, parques, ruas, etc., em experiências de deslocamento e não de fixação” (idem, p.207. Na mesma direção, para Almeida e Tracy (2003) “o nômade se distribui num espaço; ele ocupa, habita, mantém esse espaço, e aí reside seu princípio territorial” (p. 41).

A partir do exposto, trazem-se alguns locais (bares e casas noturnas) que se tornaram relevantes neste espaço, por abrigarem o comportamento nômade e performático dos sujeitos em questão nesta pesquisa:

- 1 *Bambus*: um ‘boteco’⁸ da esquina da Avenida Independência com a Rua Barros Cassal, que reúne jovens antes das festas nos arredores;
- 2 *Beco 203* (ou Porão): uma casa noturna alternativa, onde neste mesmo local nos 60 era inaugurado por Tatata Pimentel⁹ e Rui Sommer¹⁰ o Encouraçado Butekin, um bar

⁸ Ou botequim. Bar popular em que servem bebidas, lanches, tira-gostos e pratos simples. (HOUAISS, 2009, p.109)

⁹ Tatata Pimentel é comunicador e professor. Em meados dos anos 60 inicia sua carreira como professor lecionando português e francês em colégios de Porto Alegre. Nos anos 80 ingressa na faculdade de comunicação da PUCRS, onde se tornará professor posteriormente. Polêmico, extrovertido e elegante atualmente é apresentador de colunas sociais numa emissora de TV.

famoso na cidade por ser cenário de grandes shows da música brasileira. (SCLIAR, 2004). Neste local observou-se que os freqüentadores são mais jovens, na faixa dos 20 aos 25 anos;

- 3 *Cabaret Poa*: outra casa noturna alternativa, antigo *Cabaret Voltaire*, muito freqüentada nos anos 90. Aqui neste local observou-se que os jovens, ultrapassam a faixa etária citada acima, com maior freqüência.

Descendo a Rua João Teles, podem-se observar outros locais que marcam o Bairro Bom Fim:

- 4 *Café da Oca* (local de atividades culturais, tais como: exposições, música ao vivo, saraus e bazar alternativo e *outlets*) e *Odessa*, que são café e bar respectivamente, além de Brechós e Butiques muito frequentemente consumidos pelos freqüentadores do bairro.
- 5 *Bar Ocidente*, com tradição de mais de 25 anos, sendo considerado até hoje o melhor local para dançar e que organiza nas terças-feiras o Sarau Elétrico, um encontro de escritores, músicos, críticos e simpatizantes para discutir os mais variados temas, obras literárias e atualidades, e que já foi local de resistência jovem nos anos 80.

Fechando o “circuito” e “dobrando-se a esquina da Osvaldo Aranha”¹¹, encontramos a tradicional *Lancheria do Parque*, local democrático, que reúne povos de todas as idades, de todas as “tribos”.

¹⁰ Rui Sommer foi fundador da casa Encouraçado Butekin. Falar de ambos rende uma história e tanto. O fundador na época era recém formado em Direito e queria apenas ‘aumentar seu círculo de relações’, entretanto, seu bar inaugurado em plena ditadura militar tornara-se alvo de especulações políticas. Ver mais em (FIGUEIREDO, 2005, p.142 143)

¹¹ O autor Moacyr Scliar trata com ênfase esta expressão ao descrever o deslocamento do personagem Joel que morava no bairro e circulava pelo bar do João e bar do Serafim. O trajeto menciona a Avenida Osvaldo Aranha em sua obra *A Guerra no Bom Fim*, sendo esta Avenida a principal do Bairro, que substituiu o antigo Caminho do Meio. O nome homenageia o político gaúcho que foi ministro de Relações Exteriores durante o primeiro governo de Getúlio Vargas (1930-1945). (SCLIAR, 2008)

riqueza do mundo. Circulando, ele lembra que este mundo, apesar das imperfeições e seus defeitos, é aquele em que nos e dado a viver, e que convém, portanto apreciá-lo como tal. (2001, p.125)

As casas oferecem uma diversidade de festas, em que curiosamente os temas remetem a influencia do *rock* britânico. Da mesma forma, as bandas que, freqüentemente, por lá passam, têm fortes referências deste estilo. Acredita-se que este estilo se deve ao fato de a Europa ser, historicamente, vanguarda em termos de moda, música, e outras manifestações artísticas.

O repertório musical ou *setlist* dos DJ's¹² alucinados em suas *pickups*, discotecam o *rock* britânico, dentre algumas das bandas favoritas: *The Who*, *The Clash*, *The Beatles*, *Rolling Stones*, entre tantos outros desconhecidos inclusive para a maioria de nós, mesclados à ritmos *pops* também britânicos, *grunges* americanos e clássicos dos anos 80 e 90.

A partir deste interesse criou-se uma temática para as festas. *London Calling*¹³, *Looks Like POA*¹⁴, *Lust for Life*¹⁵, entre outras. Os temas destas festas funcionam como palavras chaves também para traduzir o público da noite, o perfil estético, os comportamentos e desejos marcados por pura fruição, hedonismo, consumo, diversão e apelo estético.



Figura 3: Cartazes de festas temáticas

¹² Abreviatura de *disc-jockey*, aquele que pilota toca-discos em casas noturnas. A palavra *jockey* designa o montador de cavalos de corrida, e teria se originado de *jock*, popular para *Joe*, um antigo cavaleiro inglês. (DOURADO, 2004, p.109)

¹³ *London Calling* é uma festa em que se discoteca, exclusivamente, música britânica e ocorre na terceira sexta-feira do mês no *Cabaret Poa*.

¹⁴ *Looks Like Porto Alegre* é uma festa que trata 'moda tendência e badalação' que acontece no *Cabaret Poa*. Nesta festa o que vale são trajes inusitados e criativos, tomados de muito bom humor. Arquivos com imagens em <http://www.lookslikepoa.com/site/php/index.php>.

¹⁵ *Lust for life*, que é uma música do cantor Iggy Pop e que significa *Tesão pela Vida* é também tema de uma das festas que acontece no *Beco*.

Outro aspecto que ainda pode ser considerado sobre este interesse na cultura britânica são as manifestações de resistência jovem e de contestação que culminaram há décadas atrás em fenômenos culturais, tais como: o *punk*, o *mod*, o *rocker*, e que são revisitados para a construção de uma estética e uma ética das juventudes que ocupam estes espaços.

Considerando esta suposição, questiona-se: mas hoje, contra quem vou me rebelar?

“A moderna humanidade se vê em meio a uma enorme ausência e vazio de valores, mas, ao mesmo tempo, em meio a uma desconcertante abundância de possibilidades.” (Berman, 2006, p.22)

E são justamente estas possibilidades que estão ao alcance destes jovens. Logo, não se trata de rebeldia, ou contestação, mas de um pedido de atenção e para isso buscam auto afirmar-se através de sua identidade e subjetividade, aderindo a estilos que se opõe a “outros”.

3. SOBRE A ARQUITETURA DO ESTUDO, OU DAS FORMAS DE CONSTRUI-LO...

A presente pesquisa foi realizada de maio de 2010 a janeiro de 2011 no Bairro Bom Fim, na cidade de Porto Alegre, capital do estado do Rio Grande do Sul e teve como objetivo investigar os jovens porto-alegrenses freqüentadores de um circuito noturno chamado ‘alternativo’ na cidade, buscando identificar as marcas identitárias e estilos destes jovens e problematizar os modos de ser/estar “diferente” em tais espaços noturnos alternativos. O intuito foi problematizar em que medida tais jovens freqüentadores desses territórios subjetivam e são subjetivados pela moda.

Com relação ao aspecto teórico metodológico, a pesquisa caracterizou-se em uma abordagem qualitativa e utilizou-se de técnicas de etnografia como observações, diários de campo e registro de imagens.

Duarte (2002, p.140) observa com relação à forma como acontece uma pesquisa, que ela é um “relato de uma longa viagem empreendida por um sujeito cujo olhar vasculha lugares muitas vezes já visitados.” Porém, com novos modos de “olhar e pensar a realidade a partir de uma experiência e de uma apropriação do conhecimento.” Sendo que o estranhamento irá contribuir para tensionar os fatos que antes passavam despercebidos.

Dentro desta perspectiva, outros pesquisadores inseridos nesta corrente irão afirmar que: “Como a realidade social só aparece sob a forma de como os indivíduos vêem este mundo, o meio mais adequado para captar a realidade é aquele que propicia ao pesquisador ver o mundo através “dos olhos dos pesquisados”” (GOLDENBERG, 1997, p.27).

Utilizando o método de pesquisa de campo de cunho qualitativo, foram entrevistados aproximadamente 15 jovens freqüentadores do circuito, que possuem grande representatividade no grupo estudado, pela freqüência em que se encontram nos locais visitados.

Este número só foi possível precisar no final da pesquisa. A delimitação do universo de sujeitos que foram entrevistados, dependeu do grau das informações coletadas e da recorrência destas, obtidas através dos depoimentos (DUARTE, 2002).

Com relação à faixa etária dos jovens entrevistados, optou-se por abranger sujeitos dos 20 aos 30 anos de idade, de classe social AB¹⁶, sendo sua maioria universitária, do sexo masculino e feminino de várias regiões da cidade, mas que tem em comum o hábito de freqüentar regularmente as casas *undergrounds* do bairro Bonfim.

Desta forma, dentro deste circuito estudado, foi muito difícil chegar a uma delimitação de idade, pois esta variava de acordo com o tipo de festa, o dia da semana, podendo variar e atingir até os 40 anos de idade, ou mais em alguns casos. Carmo (2000) neste sentido foi esclarecedor

auxiliando a compreensão do que acontece hoje:

Aparentar menos idade agora importa tanto quanto exibir uma postura de classe [...] o prolongamento do jovem na vida universitária e o universo dos meios de comunicação de massa e lazer permitiram uma emergência da cultura juvenil descontraída, responsável pelo declínio, em parte, da moda ostentatória e cara. (, 2000, p. 199)

Devido a este “aparentar menos idade” construir uma delimitação para juventude contemporânea não é uma tarefa fácil, como afirma Dayrell (2003), ela pode ser uma condição social, uma representação, e por isso cada vez mais plural e difícil de ser “presa” a conceitos e outros fatores limitantes.

Almeida; Tracy (2003) também enfatizam esta dificuldade explicando por que tornara se difícil conceituar juventude: “um dos aspectos da contemporaneidade é justamente a disseminação de um “estilo de vida” jovem, para além das fronteiras etárias.” (p.21).

Apesar do exposto acima, o objeto desse estudo se apresentou de forma um pouco mais clara a partir da aproximação da pesquisadora com o universo que ele faz parte. A definição dele, assim como a escolha metodológica foram tão importantes, quanto o resultado final do trabalho.

“A “construção do objeto” diz respeito, entre outras coisas, á capacidade de optar pela alternativa metodológica mais adequada à análise daquele objeto.” (BRANDÃO, 2000 citado por DUARTE, 2002).

Desta forma, através de entrevistas “semi-estruturadas”, com auxílio de questionário e entrevista livre, foram trazidos fragmentos da lógica espacial do bairro, os locais de lazer dos jovens que o freqüentam, os gostos e estilos de vida e comportamento consumidor e símbolos que agrupam estes jovens nos locais visitados.

Goldenberg (1997) trata da importância da pesquisa qualitativa justamente por aí haver uma preocupação com o aprofundamento da compreensão do grupo pesquisado através desta, e do número de informações que este tipo de pesquisa pode nos trazer. E menciona ainda que: “O comportamento dos indivíduos se torna significativo [...], os indivíduos agregam significado considerando o comportamento de outros indivíduos” (GOLDENBERG, 1997, p. 19).

Para auxiliar na compreensão das informações encontradas durante a pesquisa de campo, utilizaram-se também referências imagéticas, através de algumas fotografias coletadas em campo e outras cedidas pelos entrevistados:

A imagem, com ou sem acompanhamento de som, oferece um registro restrito, mas poderoso das ações temporais e dos acontecimentos reais – concretos, materiais. [...] embora a pesquisa social esteja tipicamente a serviço de complexas questões teóricas e abstratas, ela pode empregar, como dados primários, informação visual que não necessita ser nem em forma de palavras escritas, nem em forma de números. [...] o mundo em que

¹⁶ Segundo IBGE a Classe AB refere-se à renda domiciliar superior à R\$ 4591,00.

vivemos é crescentemente influenciado pelos meios de comunicação, cujos resultados, muitas vezes, dependem de elementos visuais. Conseqüentemente, “o visual” e a “mídia” desempenham papéis importantes a vida social, política e econômica. (BAUER; GASKELL 2004, p.137-138)

Os “achados” durante o campo foram mapeados num bloco analítico, que permitiu identificar recorrências nas informações e a partir daí interpretar e analisar estes dados. Nele constam: notas de campo, fragmentos das falas dos entrevistados, informações a partir de materiais audiovisuais, conversas informais e dados de outras pesquisas sobre o mesmo tema.

Duarte (2002) irá comentar que neste momento de transcrição e organização de dados o trabalho torna-se mais braçal do que analítico, entretanto fundamental para análise que será feita posteriormente.

As ferramentas de análise se alicerçaram nos conceitos de narrativa e autonarrativa, que traz os discursos dos jovens entrevistados para sua construção. As histórias contadas sobre suas vidas, suas experiências, possibilitam interpretar narrativamente os acontecimentos.

O que nos acontece como experiência só pode ser interpretado narrativamente. É nas histórias de nossas vidas que os acontecimentos obedecem a uma ordem e a um sentido, a uma interpretação. É em uma trama que articulamos os acontecimentos de nossa vida em uma seqüência significativa. E é também em uma trama que construímos nossa própria continuidade, ou descontinuidade, ao longo dos acontecimentos de nossa vida. (LARROSA, 1996, p. 469)

Desta forma, o autor diz que o ser humano é um contador de histórias e atribui significado a elas, construindo personagens e tramas, e narrações sobre si mesmo. E são estas percepções que serão trazidas no capítulo analítico.

O espaço de trânsito foi emoldurado por dois dos locais: *Cabaret Poa* e *Beco 203*, ambos na situados na Rua Independência, mas que possuem semelhança de públicos e “discotecam” um estilo musical chamado *indie-electro-rock*, muito apreciado pelos jovens. Cabe observar que o segundo local estendeu seus pontos também para outros espaços no bairro e mediações: *Beco Disco Club*, no bairro Floresta e *Boteco do Beco* na Rua Dona Laura; e recentemente tem-se a notícia de que foi expandido para outro estado, abrindo uma filial São Paulo. Além disso, circula uma revista gratuita em alguns pontos da cidade (Universidades, bares e lojas alternativas), intitulada *Revista do Beco*.



Figura 4: *Cabaret Poa*¹⁷



Figura 5: *Beco203*

3.1 Sobre a escolha dos espaços...

A escolha destes locais – *Cabaret Poa* e *Beco 203* – se deu pelo fato de ambos serem símbolo de boa música, atitude, diversão e terem uma importância antropológica, pois “renovaram a noite da cidade e criaram uma cena que estimula a criatividade, quebra preconceitos e reúne pessoas que não tem medo de ousar”, sendo esta uma opinião comum aos entrevistados durante o período de pesquisa. Foram visitados pelo menos dois finais de semana por mês, considerando as diferentes festas que acontecem ao longo de cada mês e se repetem no mês seguinte.

Os dois locais utilizam casarios baixos de construções antigas da cidade, que estão mescladas a nova arquitetura do Bairro. São casas com diversos ambientes, mas que se resume basicamente em dois andares, com bares distribuídos em ambos os andares. No caso do *Cabaret Poa*, o andar inferior, é considerado um *bunker*¹⁸, onde fica a pista e os DJ’s e na parte superior é somente bar e espaço para circulação dos jovens. Neste local existem muitas festas temáticas, sendo, por exemplo, cada dia da semana destinado a um tipo de festa e, conseqüentemente, um público. Já o *Beco 203*, trata-se de um espaço maior que o primeiro, se intitula casa de *shows* e após sua última reforma, ficou disposto da seguinte forma: um ambiente para bandas e o outro para os Dj’s, ambos com pista. Os dois lugares têm em comum o público GLS¹⁹, variando apenas a sua faixa etária.

Outra característica destas casas noturnas, principalmente o *Cabaret* é o *after*, onde depois que todas as outras festas terminam, há um deslocamento para o local a fim de dar continuidade na festa que perdura até oito ou nove horas da manhã. Como o local é um *bunker*, sem luminosidade,

¹⁷ Fotografia de Lucia Safi.

¹⁸ A palavra *bunker* pode ter vários significados, mas neste trabalho ela significa local fechado. Designa os *momentos de lazer em uma prisão sem muros*.

uma vez que você entra, perde completamente a noção de tempo. Em meio às luzes piscantes e a escuridão total, o espetáculo na pista continua.

Ambos os locais visitados, reúnem gente do cinema, da moda, jornalistas, estudantes, músicos, vagabundos, ricos, duros, advogados, grafiteiros, todas as tribos se encontram lá. Jovens de classe social média, alguns já independentes e que em sua maioria relaciona-se direta, ou indiretamente com produções artísticas.

Talvez se deva ao contato com o meio artístico o perfil de consumo destes jovens. Para eles, ter estilo é não fazer moda, é ter sua própria moda, independente do que se vê nas vitrines, do que as demais pessoas usam. Trata-se de um perfil consumidor performático e altamente diferenciado, como veremos no último capítulo deste trabalho.

¹⁹ Sigla para Gays Lésbicas e Simpatizantes.

4. ILAÇÕES TEÓRICAS: consumo, subjetividades, marcas identitárias...

*Eu tenho mil rostos e mil nomes. Não sou ninguém sou todos.
Sou eu sou tu. Sou aqueles lá para frente e para trás dentro e
fora. Estou em toda parte e não estou em lugar nenhum. Estou
presente estou ausente.*
(W. BURROUGHS apud CANEVACCI, 2005, p. 28)²⁰



Figura 6: Flyer de divulgação de uma Performance.

Durante a disciplina de *Gráficas, Pictóricas e Visuais* foi abordado como se manifesta a arte no mundo contemporâneo através de discussões apoiadas por imagens. Destes *insights* de sala de aula, surgiu o trabalho final para esta disciplina, que teve como atividade uma intervenção²¹ que resultou num laboratório sobre juventudes contemporâneas, em que o objetivo foi mostrar através desta manifestação simbólica das culturas jovens provenientes da moda, da música, da linguagem, das práticas culturais como se movimentam os jovens no cenário urbano (*underground*) contemporâneo de Porto Alegre.

Afinal, quem são estas juventudes aqui representadas? Qual seu modo de vida? Qual a sua identidade? Que símbolos fazem parte desta identidade? Que tribos são estas? Qual é a moda desta

²⁰ Citação extraída do artigo "Cenas Juvenis em Porto Alegre: "lugarizações", nomadismos e estilos como marcas identitárias" Elisabete Maria Garbin.

²¹ Intervenção artística, fruto da disciplina de Gráficas Pictóricas e Visuais da Pós Graduação em Pedagogia da Arte, que foi realizada na Faculdade de Educação – Faced, Campus Central da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, dia 14 de setembro de 2010 às 19 horas.

tribo? Em que espaços estão inseridos? Que “outras” juventudes são estas que “fluidas e cambiantes” percorrem os espaços aqui delimitados?

A ‘diferença’ neste estudo foi ilustrada através das imagens culturais, neste caso a roupa, e performance proposta pela pesquisadora, cujos “fluxos” se definem pela identidade destes jovens, sendo que esta está relacionada inclusive ao sentimento de “pertencimento” dos sujeitos uns aos outros, logo, subjetivados uns pelos outros e pelo contexto em que estão inseridos.

“A idéia de “identidade” nasceu da crise do pertencimento e do esforço que esta desencadeou no sentido de transpor a brecha entre o que “deve” e o que “é” e erguer a realidade ao nível dos padrões estabelecidos pela idéia – recriar a realidade à semelhança da idéia”. (BAUMAN, 2004, p.26)

Os modos de subjetivação trazem possibilidades de estar dentro do instituído e subverter a ordem para auto-afirmar-se e construir um modo de vida que torne o sujeito mais potente, poderoso e a moda, neste caso, é um dos *códigos de pertencimento*, que auxilia neste processo de inclusão e exclusão, que identifica a maneira de pensar e a que grupo pertencer, permitindo transitar por diversos estilos, diversos grupos, diversas modas, trocando influências e experiências, formando um sistema cultural e estabelecendo relações de poder.

Mas que identidade escolher e como ficar alerta para que outra escolha possa ser feita em caso de a identidade antes escolhida ser retirada do mercado ou despida do seu poder de sedução?

Bauman irá comentar que: “As “identidades” flutuam no ar, algumas de nossa própria escolha, mas outras infladas e lançadas pelas pessoas em nossa volta, e é preciso estar em alerta constante para defender as primeiras em relação às últimas.” (2004, p.19)

Este alerta do qual trata o autor sobre este modo de ser fluido, traz o risco de sujeitar-se completamente a um modo de ser, a uma verdade, a qual nem sempre trará benefício ao sujeito, no entanto, encontrar um lugar dentro da estrutura de um grupo ou classe social constitui também uma lei de sobrevivência.

Retomando os *insights* desta performance, em que a pesquisadora usou seu próprio corpo para representar o trânsito entre os diversos grupos jovens contemporâneos, foi ilustrado entre uma troca de roupa e outra, o caráter performático e nômade destes jovens e apresentado através do uso de palavras “chaves” distribuídas pelo campus e performance “improvisada” sobre como são os modos de viver destes jovens, que buscam se distanciar de alguma forma da tendência a homogeneização cultural desenvolvendo novas formas culturais através do seu comportamento, sua maneira de vestir-se e dos espaços freqüentados.

A metáfora do nomadismo pode nos incitar a uma visão mais realista das coisas: a pensá-las em sua ambivalência estrutural. Assim, para a pessoa, o fato de que ela não se resume a uma simples identidade, mas que desempenha papéis diversos através de identificações

múltiplas. Da mesma forma, no que concerne à vida social, o vaivém constante que existe entre os mecanismos de atração e de repulsa. (MAFFESOLI, 2001, p.78)

“A abordagem fenomenológica do espaço e do corpo vivido mostra-nos seu caráter de inseparabilidade [...] a dobra do corpo sobre si mesmo é acompanhada por um desdobramento de espaços imaginários” (GUATTARI, 1992, p.153).

Desta forma, o corpo é subjetivado pelos espaços percorridos, sendo que os lugares freqüentados têm na estética de seu público alvo acordos pré-estabelecidos.



Deleuze deposita no rosto toda importância de subjetividade do sujeito, ao enfatizar que: “Do mesmo modo, a forma da subjetividade, consciência ou paixão, permaneceria absolutamente vazia se os rostos não formassem lugares de ressonância que selecionam o real mental ou sentido, tornando-o antecipadamente conforme uma realidade dominante.” (1996, p.32)

Figura 7: Rosto coberto entre as trocas de roupa.

Para reforçar a “rostidade” proposta pelo autor, quando rosto é coberto, ele passa a ser só cabeça e perde sua significância, logo, o foco se volta para o corpo. Desta forma, concretiza-se o apelo estético da proposta da pesquisadora, que mantém tanto o rosto, quanto o corpo cobertos por uma “segunda pele” negra, voltando sua atenção para a roupa, símbolo concreto do qual se apropria para ilustrar o visual destes jovens, sujeitos de sua pesquisa.

Nesta representação o elemento cênico para construção do personagem tem no corpo o foco principal. A ação performática foi auxiliada por técnicas corporais de dramaturgia do ator, através da *mimesis*²² e referências imagéticas de sujeitos já estudados em pesquisa. Sobre este poder manifestado através do corpo, Garbin (2006) cita Le Breton (2004) que assim afirma:

²² Na visão de Aristóteles, o conceito grego de *mimeses* remete à idéia de uma produção na qual o homem tem como modelo a natureza – suas formas, cores, ritmos e sons -, as pessoas e os acontecimentos sociais e políticos, como ficam evidenciados na tragédia e na comédia. (PINTO, 2006, p. 107)

O corpo tornou-se uma proclamação de si, uma espécie de prótese do eu em busca de uma encarnação provisória de forma a valorizar mais marcadamente a sua presença no mundo, dentre seus pares, numa “corrida sem fim para aderir a si, a uma identidade efêmera, mas essencial para si e para um momento do ambiente social.



Figura 8: O vestir como expressão da identidade.

Reforça-se à importância estética destes jovens através da leitura de Carmo (2001; p. 203) que comenta que “o grupo e o indivíduo passam a ser reconhecidos pelos adereços e vestimenta que usam, e o estilo torna-se uma importante expressão da identidade e dos ideais por ele adotados”.

A assimilação deste “repertório” de adereços se dá pela relação de reconhecimento que se estabelece entre o sujeito e o tema proposto. A moda procura artefatos que produzam efeito no outro. Entretanto, nem sempre o sujeito vai de acordo com a moda outorgada, ele nem sempre esta em busca das novidades sugeridas e propõe, corajosamente, uma estética “antimoda”, ou uma moda *avant garde*, ou até mesmo analógica, como a chamaremos no capítulo a seguir, que se difere completamente da moda vigente, mas que rapidamente é assimilada pelo sistema da moda. Desta necessidade de mudança dos jovens, se constrói tanto o estilo quanto o caráter político e econômico da moda.



“À medida que o efêmero invade o cotidiano, as novidades são cada vez mais rápidas e cada vez mais bem aceitas; em seu apogeu, a economia-moda engendrou um agente social à sua imagem: o próprio *indivíduo-moda*, sem apego profundo, móvel, de personalidade e gostos flutuantes.” (LIPOVETSKY, 2009, p.205)

Figura 9: Performer invade e demarca os espaços

Contudo, não cabe mais falar em juventude, nem moda, muito menos tribo; mas, juventudes, modas e tribos, que se entrecruzam e na pluralidade assume seu sentido literal trazendo múltiplos significados, formas e definições, sendo a máxima do “nomadismo” urbano e do “tribalismo” ou “estar junto à toa”, ou seja, mantendo-se agrupados por afinidades de gostos e estilos, como ilustra a imagem a seguir:



“O nomadismo pode ser sintomático quanto ao espírito do tempo: como o espírito, ele é vaporoso, sopra onde quer, e não se deixa abater por alguma barreira qualquer, a da identidade, e das definições, a das fronteiras e outras formas de compromisso de residência.” (MAFFESOLI, 2001, p.186).

Figura 10: Grupo heterogêneo motivado pelo “estar junto”²³

²³ Ver Maffesoli, 1998.

A partir disso, pode-se dizer sobre estes jovens que, na mesma velocidade em que criam os laços, desfazem. O nomadismo exige movimento constante. Não cria raízes em local algum e reforça paradoxalmente a individualidade dos sujeitos, que mesmo formando microgrupos, reforçam seu caráter individual.

O “diferente” circula por estes espaços, mesmo quando estes jovens se tornam iguais a alguns, sempre haverá diferença, a “individualidade”, pregada por Lipovetsky (2009). Entretanto, mantêm-se agrupados em pequenos grupos, caracterizando o fenômeno da tribalização, discutido por Maffesoli (1998), que utiliza a expressão “tribalismo” para descrever o comportamento nos grandes centros urbanos, onde há a consolidação do convívio de pequenos grupos que conseguem manter sua identidade individual.

Desta forma, o autor explica que: “modos de vida estranhos uns aos outros podem engendrar, em pontilhado, uma forma de viver em comum. E isso, permanecendo fieis a especificidade de cada um. Foi isso que fez, no instante de sua fundação, a fecundidade dos grandes momentos culturais.” (MAFFESOLI, 1998, p.142)

A este mesmo fenômeno que o autor acima chama de formação de “tribos pós modernas”, Bauman (2008) irá discordar, tratando apenas como “tendências de estilo” da sociedade de consumo, mediadas pelo mercado, onde se traduz explicitamente os sentimentos de aprovação, inclusão ou exclusão e abandono. O autor justifica: “Você também não é livre para influenciar o conjunto de opções disponível para escolha: não há outras alternativas possíveis, pois todas as possibilidades realistas e aconselháveis já foram pré selecionadas, pré certificadas e prescritas.” (Idem, 2008, p.110) reforçando o perfil da cultura consumista.

Discorrendo ainda sobre o fenômeno da “tribalização”, Magnani (2005), também traz sua contribuição ao dialogar com as teorias de Maffesoli. Para ele estes pequenos grupos são: “efêmeros, de inscrição local e desprovidos de organização. São ainda voláteis, altamente diferenciados, contrapondo a homogeneidade”.

Margulis (citado por Garbin, 2006) irá tratar esta “outra juventude”, como sendo “mais que uma palavra” enfatizando que a mudança desta irá ocorrer conforme o meio em que ela está inserida e como é constituída nas suas condições socioeconômicas, sendo estas condições que irão determinar o seu “modo de vida e seus gostos”.

Desta forma, os jovens pesquisados constroem determinados modos de ser jovem que apresentam especificidades, o que não significa, porém, que haja um único modo de ser jovem. É nesse sentido que enfatizamos a noção de juventudes, no plural, para reforçar a diversidade de

modos de ser jovem existentes na contemporaneidade.

São as culturas destas “outras juventudes” que serão apresentadas brevemente no último capítulo deste trabalho, através de estruturas que determinam a organização social das aparências destes jovens: *Os modos de ser e estar jovem na moda*, a percepção o consumo de moda.

5. (NOVOS) MODOS DE SER E ESTAR JOVEM NA MODA CONTEMPORÂNEA

“Os vagabundos de Georg Simmel, perambulando pelas ruas da cidade, eram conhecidos por sua atitude blasé. Mas não portavam telefones celulares com fones de ouvido.”
(BAUMAN, 2004, p.32)

Com fortes referências do mundo moderno, os jovens contemporâneos circulam pela cidade de Porto Alegre, com seu semblante *blasé*²⁴ somado às interferências da contemporaneidade, onde ilustram e reforçam características de individualidade e nomadismo.

Cabe comentar o estilo *blasé* destes jovens, visto que ele se torna muito recorrente nos locais visitados. Uma entrevistada comenta sobre esta pose: É o “absurdo do individualismo”. Já outros comentam que: “É algo muito “montado”, muito sério, indiferente e artificial, na maioria das vezes. Pois, como pode uma pessoa chegar na “noite” e ficar “posando” pra todo mundo?”

Ainda é melhor exemplificado ao narrar um “acontecimento” na noite que justifica o estilo:

Imagina uma menina no bar, com um rosto diferente, sozinha, acende o cigarrinho... aí chega o carinha pra “trovar” e ela: “só vim pra beber”, ela mantém uma postura muito dela, não se envolve, só conversa com seus amigos, só dança e ri com seus amigos. Ela quer manter um estilo que não e dela, uma coisa muito montada, tenta demonstrar algo que não é dela... Mas, ao mesmo tempo, admite que devam existir pessoas que são naturalmente assim e diz “Quando tu nasceu, pediu champanhe e disse: afff...não é todo dia que se nasce”. Fazendo o tipo metida... [risos] (Excerto de Diário de Campo, Maria, 23 anos)

Guattari, ao transcorrer sobre a *Restauração da cidade subjetiva* irá tratar este jovem como um ser desterritorializado, ou seja, a sua tribo, seu grupo, não ocupa mais um espaço específico, mas ocupam “universos incorporais” (1992).

Estes mesmos jovens fazem parte do cenário noturno alternativo do Bairro Bom Fim e apresentam na noite uma nova de experiência espacial, diferente do “feijão com arroz” que o restante da cidade oferece e que através das recorrências de campo e os conceitos abordados possibilitam algumas reflexões.

Porém, antes de dar início à reflexão proporcionada neste estudo, é necessário trazer contribuições sobre o conceito de moda, que auxiliarão na compreensão do interesse nesta temática.

Segundo o Dicionário de Língua Portuguesa Houaiss (2009, p.509), moda significa “estilo predominante no modo de se vestir, viver, falar, etc. Arte de produzir e confeccionar modelos de vestuário masculino e feminino”.

²⁴ Ver *dandies* e postura *blasé*. Wilson (1993) p.241-248.

Entretanto, um aprofundamento neste conceito fez-se necessário e com isso traz-se a contribuição de Braga (2006 a) apud Hoffmann (2009), que afirma que a origem da palavra moda está na origem da palavra latina *modus* que significa “modo”, “maneira”. Sendo seu campo muito maior que o “vestível”, pois se observa também os estilos musicais da moda, a decoração da moda, o carro da moda, a gíria da moda, etc. Então, pode-se dizer com isso, que moda é modo de vida, maneira de viver, contribuindo para a chamada singularidade de cada tipo de pessoa.

Desta forma, incluem-se nestes “modos” e “maneiras” de viver: gostos (estéticos, culturais), atividades, crenças, visões (políticas e econômicas) e também valores (éticos e morais) auxiliam a construção do comportamento e do estilo de vida dos sujeitos em relação à sociedade.

A temática deste projeto ligado ao campo da moda e das artes envolve o repertório cultural dos estilos urbanos alternativos dos jovens contemporâneos na cidade de Porto Alegre, através de representações simbólicas que fazem parte do contexto social e cultural do Bairro Bom Fim.

As modificações corporais afirmam uma singularidade individual no anonimato democrático de nossas sociedades, permite que uma pessoa se julgue única e válida num mundo onde os limites se perdem e em que abunda a iniciativa pessoal. Provocam o olhar, agarra-se ao *look* e atraem as atenções. São uma forma radical de comunicação, de se dar valor e evidência para escapar a indiferença. (LE BRETON, 2004, p. 24, grifo do autor)

As culturas alternativas tornaram-se um instigante laboratório para explorar estas representações estéticas e comportamentais na contemporaneidade. Outro ponto interessante citado por Hall (1997, p.19) é que “a cultura global necessita da “diferença” para prosperar – mesmo que apenas para convertê-la em outro produto cultural para o mercado mundial.” Ou seja, para o consumo, no caso dos jovens que utilizam artefatos da moda e da mídia para expressar sua singularidade.

As análises – resultados das regularidades encontradas nas conversas, observações, escutas e registros de imagens –, foram organizadas em duas seções analíticas, apresentadas a seguir através dos excertos de entrevistas dos modos de ver e serem vistos destes jovens, a saber: *Fontes de inspiração para as montagens: do analógico ao digital e Desfiles ‘performáticos’*.

5.1 FONTES DE INSPIRAÇÃO PARA AS MONTAGENS: DO ANALÓGICO AO DIGITAL

A diferença entre a comunicação analógica e a comunicação digital é que a primeira fundamenta-se na dimensão do coletivo, mesmo que não seja tão simples precisar este coletivo e na comunicação digital são as dimensões do conectivo que estão em evidência

O padrão estético encontrado no cenário alternativo de Porto Alegre, localizado no Bairro Bom Fim, destaca-se do restante da cidade através de uma aparência diferenciada, moldada num determinado gosto²⁵, construído com o auxílio de um determinado fluxo de informação assimilado pelos jovens, que encontram na música e nas artes em geral, bem como nas mídias, grande fonte de referência para suas montagens de forte apelo visual:

A valorização dos corpos e os novos padrões estéticos não podem ser dissociados, por um lado, da emergência de uma “cultura de consumo” autônoma em relação à produção e, por outro, da subordinação ao gosto à “moda”, em sua dinâmica efêmera. A cultura do consumo, assim construída em torno da moda, enaltece essa estetização da vida cotidiana, através dos meios de comunicação e propaganda. (ALMEIDA; TRACY, 2003, p.183-184)

A moda, neste caso, tem o papel fundamental de movimentar as engrenagens do consumo, mas também opera através de códigos de pertencimento, agrupando por similitudes os jovens e garantindo sua inclusão temporária a determinado grupo.

É o que comenta uma entrevistada que hoje, alguns anos após a abertura de uma das casas, o *Beco203*, muita coisa mudou:

Hoje não são só os *rockers* que vão, agora qualquer um que quer ser *rocker* vai no beco, quem se intitula *rocker*, sabe. [...] e nem todo mundo gosta, por que percebe que aquele “tipo” não é freqüentador da casa, mas tenta se integrar. (Excerto de Diário de Campo, Jairo, 23 anos)

Esta integração ocorre através da estética destes jovens, que mesmo sendo diferentes de alguns, são iguais a outros para garantir a inclusão nos espaços. Somado a isso há também o fator de exclusão, que ocorre quando um sujeito é identificado não sendo pertencente daquele local. No que diz respeito a isso um dos entrevistados argumenta: “aí que ta a sacada, se o cara se ligar e tiver interesse em se integrar ele vai se vestir parecido, se não ele vai ser excluído mesmo...” (Lucas, 21 anos).

Este movimento caracteriza as novas formações subjetivas que são atravessadas por este “deslizamento do plano da identidade para o da identificação” (ALMEIDA; TRACY, 2003), caracterizando, inclusive o “estar junto” destes jovens.

Considerando ainda esta formação as autoras Tracy e Almeida argumentam como se constitui esta aderência aos espaços e as práticas de ‘agenciamentos’:

²⁵ Considerando a subjetivação dos critérios de definição do consumo legítimo, o gosto é fruto da educação [...] é nela, portanto, que incorporamos determinados esquemas de percepção, classificação e valoração do mundo social que se convertem em disposições para a apropriação “material e/ou simbólica de uma categoria de objetos ou práticas classificadas ou classificadoras.” BOURDIEU (2003, citado por FILHO; LOPES, 2008, p.114)

A lógica da identificação apóia-se na idéia de um *self* múltiplo que se expressa através de inúmeras motivações gregárias: motivações estéticas, imagéticas e sensoriais. A identificação é vivida fundamentalmente como um processo, no qual o fato comunicacional é causa e efeito de um “pluralismo pessoal”. (TRACY; ALMEIDA, 2003, p.113)

As montagens destes sujeitos são marcadas pelo garimpo de peças em brechós e bazars da cidade; e os *blogs*, chamados *look books* que apresentam trajes completos, diferenciados e marcados por certa originalidade, para quem não está totalmente seguro da sua escolha em ingressar no estilo *cool*²⁶ dos jovens alternativos. As revistas descoladas que circulam no meio, sendo em alguns casos revistas internacionais, complementam o volume de informações assimilados.

Existem também as marcas locais de roupas alternativas, desenvolvidas por jovens designers, que também freqüentam os locais de pesquisa. As garotas da recente loja virtual de artigos multimarcas, Estilo Exclusivo, garantem para seus clientes a singularidade máxima.



O site *Estilo Exclusivo*, funciona também como um *look book*. Além de sugerir trajes, tem seu foco principal na comercialização através de uma plataforma e-commerce, o que caracteriza a influência digital entre estes jovens.

A imagem ao lado remete aos semblantes *blasés* e de nostalgia resgatada, já citada neste estudo.

Figura 11: Imagem retirada do site *Estilo Exclusivo*²⁷

²⁶ O conceito de *cool* foi criado pelos emergentes motociclistas fora-da-lei da Costa Oeste que viviam para o prazer, os fãs de jazz e cheiradores de *On the Road* e *Almoço nu*. Mas seu desprendimento e “emocionalmente antiintensidade”, como Stearns escolhe definir, logo são comparados a intensidade dos prazeres negativos de Kant: os prazeres da ousadia e da audácia, a onda transcendente de levantar-se contra, e talvez ultrapassar, os limites. Por que todo *cool* é relativo a conter-se a refrear-se, no fim ele se conforma, diz Stearns, às “exigências de economia corporativa e uma estrutura de administração corporativa orientada para serviços: famílias de tamanho pequeno, com ênfase no lazer e na compatibilidade sexual entre cônjuges; consumismo; ansiedade em relação a forças ocultas dentro do corpo que podem ser perturbadas pelo excesso emocional”. (...) Hoje o *cool*, sem dúvida, faz parte do consumismo da vida norte-americana, mas por causa disso deixou de ser bem entendido como corte ou oposição ao prazer. O consumismo baseia-se na satisfação de desejos – ou melhor, na criação de desejos que devem ser satisfeitos – e, portanto é totalmente motivado pela felicidade hedonista tão profundamente enraizada em nossa consciente cultura. O *cool* não passa de uma forma desse hedonismo, uma forma particular da dinâmica desejo/satisfação que, no momento, está firmemente arraigada em nossas imaginações. A firmeza desse arraigamento provavelmente tem mais a ver com a percepção da ameaça urbana do que com qualquer coisa como a economia orientada para serviços ou a deseabilidade da família de pequeno tamanho. A forma *cool* foi moldada a partir da iconografia do jazz da Costa Oeste de Chet Baker em sua fase áurea nos anos 1960, do estilo de garotos negros, *skatistas punks* e *neo-punks pós-grunge* da Los Angeles contemporânea. Hoje, o *cool* é mais jovem que nunca, mais urbano que antes e quase totalmente relacionado falsas aparências: a projeção de uma aura de conforto em um ambiente hostil, enviando uma mensagem desafiadora de auto-afirmação. (p.117, KINGWELL, 2006)

²⁷ <http://www.estiloexclusivo.com.br/DataStore/> acessado em 27/04/2011.

Estes jovens consomem uma moda que seja capaz de expressar toda sua individualidade, construindo uma identidade singular. Para Carmo (2000, p.203) o termo ‘estilo’ comumente citado entre as entrevistas é reforçado através das palavras abaixo:

O termo “estilo” quer significar um modo diferenciador e reconhecível de fazer algo, que pode *identificar* uma pessoa distinta. Cria-se a ilusão de que há uma escolha intencional e pessoal, que distingue do padrão, do lugar-comum. O uso de peças fora de seu contexto original e recolocadas num novo e inusitado conjunto, semelhante a um processo de colagem (pendurar gilete num brinco, por exemplo), permitirá criar significações novas e identidade única de pertencimento grupal.

Sobre estas construções, a procura por peças de brechós tem seu foco em peças de tecidos planos. Entre os meninos a preferência esta me blazers, coletes, que remetem a alta costura, por seus excelentes acabamentos e modelagens diferenciadas. Para as meninas vestidos e camisas, também em tecido plano, que valorizam uma gola bem acabada, um laço como ornamento, uso de *viés*, ou ainda tecidos raros que não são mais encontrados no mercado, além de acessórios se destacam para garantir a singularidade.



Figura 12: Moda singular



Figura 12: Garimpos de brechós

A esta construção que busca artefatos de segunda mão, dá-se o nome de moda analógica. A respeito desse modo de se vestir que brinca com o ‘velho’ e o ‘novo’, Lipovetsky comenta:

A volta do passado a popularidade ilustra o advento do consumo-mundo e do consumidor que busca menos o status que os estímulos permanentes, as emoções instantâneas, as atividades recreativas. (...). A voga do passado se vê ainda no sucesso dos objetos antigos,

da caça a antiguidades, do *retrô*, do *vintage*, dos produtos rotulados com um legítimo ou autêntico, que despertam a nostalgia. (...) Na sociedade hipermoderna, a antiguidade e a nostalgia se tornaram argumentos comerciais, ferramentas mercadológicas. (LIPOVETSKY, 2007, p.88-89)



Figura 13: Símbolos da moda retrô



Figura 14: Garimpos em brechós

O uso de marcar corporais torna-se recorrente também para reforçar a singularidade: “Investe-se no corpo como lugar de prazer do qual é preciso afirmar que é seu realçando-o, assinando-o, tomando-o a seu cargo.” (Le Breton, p.09)

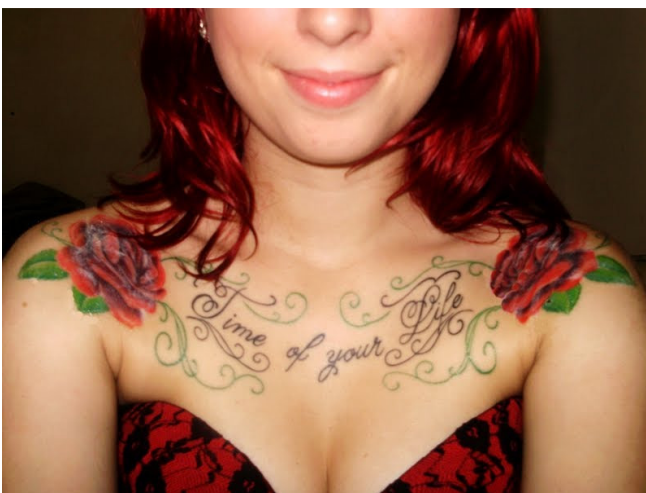


Figura 15: Marcas corporais

Para se destacar do fundo de indiferença, convém, pois tornar-se visível se se quer escapar do anonimato. A originalidade do vestuário, do penteado, da atitude, etc., ou bem entendido, a tatuagem, o *piercing*, as escarificações, o *branding*, etc. são meios de sobrevalorizar o corpo e afirmar sua presença para e si para os outros. (LE BRETON, p. 19, grifo do autor)

A partir das fontes de ‘inspiração’ destes jovens é que se constroem as montagens que culminam nos desfiles performáticos entres os espaços pesquisados que poderá ser visualizado a seguir.

5.2 DESFILES ‘PERFORMÁTICOS’

Um grande show performático, de formas, cores, condutas são destacados no espaço em que estes jovens, *espect-atores* costumam se reunir. Ver e ser visto, para estes jovens, se torna a grande máxima.

Para o autor Canevacci (2008), esse público é considerado performático, pois sua atitude não é mais passiva. Agora este jovem participa e também atua, por meio de atitudes performáticas, conforme mencionado, durante uma das aulas de *Cinema e Docência* é o “fazer de si mesmo uma obra de arte” (Foucault, citado por Fischer, 2010), apostando no trabalho sobre si mesmo, garantindo a diferença e exclusividade, sendo singulares em relação à massificação proporcionada pela mídia, tornam-se artistas de si mesmo e são constituídos na presença do outro, sendo possível afirmar que:



Figura 16: Performance

O narcisismo e o individualismo que marcam as formas de vida na contemporaneidade “encerram” diálogos, encobrem diversidades e assinalam a indiferença com a condição humana do outro. A “verdadeira” cidade só pode ser vislumbrada com seus contrastes, dissonâncias, heterogeneidade; só pode ser compreendida com as diferentes vozes, cores, tonalidades, narrativas e trajetórias, enfim, com os diferentes modos de subjetivação que constituem. (ZANELLA, 2010, p. 90)

Este narcisismo desperta no jovem “A preocupação de “estar e permanecer à frente” (à

frente da tendência de estilo – ou seja, no grupo de referência, dos “pares”, dos “outros que contam”, e cuja aprovação ou rejeição traça a linha entre o sucesso e o fracasso)”. (BAUMAN, 2008, p.107)

Os signos imagéticos, que fomentam esta cultura hedonista e tem o poder de seduzir e invocar fetichismos visuais também tem o poder de incluir ou excluir estes jovens, tornando o movimento rápido demais, sendo necessário para “estar à frente”, manter-se “antenado” com o que acontece no mundo: “Moda é o cérebro por fora”, diz o entrevistado. Ou seja, se você está informado, isso estará refletido na sua estética, e o contrário disso denota uma pessoa desinteressante.

Este consumo performático, de certa forma, busca transgredir com o senso comum da cidade de Porto Alegre, que pouco se difere com relação às formas de se vestir. A liberdade desses jovens dá vazão à criatividade, é quase como pintar uma obra de arte e ser a sua própria obra, onde artista e obra tornam-se um só.



Figura 17: Visual diferenciado

Motivados pela novidade, excentricidade e originalidade, revisitam o passado para encontrar o novo, trazendo à tona um “museu de grandes novidades”. Lipovestky (2007) irá chamar este fenômeno de “pós- e hipermoderno”: “*Pós* porque que se volta para o antigo. *Hiper* por que doravante há consumo comercial da relação com o tempo, pois a expansão da lógica mercantil invade o território da memória.” (p.89).

No entanto, trata-se de uma identidade baseada no consumo, visto que se observarmos mais atentamente trata-se de fenômenos internacionais, logo, paradoxalmente, fenômenos de massa e não individuais (FREDERICO, 2008). Mas, quando comparados ao contexto local ou regional, sua

exclusividade se reforça, visto que nem todos os jovens aderem a estes “modos de ser e estar” na moda.

O mercado, contudo, assimila esse perfil diferenciado muito rapidamente. Com isso a preocupação redobrada desses jovens, que não querem ter seu estilo único assimilado pela massa, reforça a engrenagem da moda e com isso um novo ciclo se inicia e novos experimentos estéticos são vivenciados. Sobre este consumo, Bauman enfatiza que:

A tarefa dos consumidores, e o principal motivo que os estimula a se engajar numa incessante atividade de consumo, é sair dessa invisibilidade e imaterialidade cinza e monótona, destacando-se da massa de objetos indistinguíveis “que flutuam com igual gravidade específica” e assim captar o olhar dos consumidores (*blasé!*)...” (2008, p.21, grifo do autor)

Desta forma, tornam-se também mercadorias, sendo estes espaços alternativos, grandes vitrines de visibilidade. É um “fetiche”, ser captado aos olhos dos outros. Compram e vendem uma imagem representada por símbolos (roupas, acessórios, marcas corporais) empregados na construção da sua identidade:

A “subjetividade” do “sujeito”, e a maior parte daquilo que essa subjetividade possibilita ao sujeito atingir, concentra-se num esforço sem fim para ela própria se tornar, e permanecer, uma mercadoria vendável. A característica mais proeminente da sociedade de consumidores – ainda que cuidadosamente disfarçada e encoberta – é a *transformação dos consumidores em mercadorias*.” (Idem, 2008, p.20, grifo do autor)

Ainda sobre estes jovens e a relação deles com a música, ocorre de forma intensa. Nela são encontrados símbolos que se tornam referência para estruturar sua identidade. (DAYRELL, 2003) Embalados ao som das interferências sonoras do *indie rock electrorock*, os jovens mais parecem entrar em transe. Quando são embalados pela música corpo e espaço tornam-se únicos: “A música é vivida intensamente como uma instância de fabrico de energia e de exorcismo das tensões.” (LE BRETON, p. 81)

Para explicar este comportamento dos jovens que circulam pelos bares do Bom Fim, caracterizando o fluxo errante de experiências que parecem não ter fim, Bauman, conceitua:

As “caixas” em vista apresentam vários tamanhos e estilos, com números mutáveis e posições móveis. Isso força os homens e mulheres a estarem sempre se movendo, sem prometer descanso ou a satisfação de “chegar”, não há o consolo de chegar ao destino onde poderemos baixar os braços e relaxar. Não existe a possibilidade de um “reencaixe final” no fim da estrada; estar na estrada tornou-se o modo contínuo de vida dos indivíduos (agora cronicamente) desencaixados (2001, p.186)

O desejo destes jovens de ganhar visibilidade conta com o auxílio da comunicação digital que amplia as possibilidades e a velocidade das informações. A internet oferece uma infinidade de *sites, blogs, fotologs (lookbooks), youtube* e redes sociais com formas de produção e divulgação de

novos estilos, novos *eus*, através do que é consumido.

O consumo de cultura é dado através de uma construção do gosto, em que música, arte e moda são explicitamente identificadas como símbolos conectivos:

A cultura e a comunicação digital, que colocam em crise esta perspectiva coletiva, conseguem afirmar o processo conectivo que significa que a individualidade, que prefiro chamar de *multivíduo* se multiplica, se amplia explode. Uma multiplicidade de *eus* no corpo subjetivo. Essa condição múltipla favorece a proliferação de *eus* o que acaba por desenvolver outro tipo de identidade, fluida e pluralizada, que coloca, potencialmente em crise, as formas perversas e tradicionais do dualismo. (CANEVACCI, 2008, p. 02, grifo do autor)

A noite porto-alegrense no circuito alternativo se desenha cheia de extravagâncias. São as performances de meninos e meninas que do figurino, “figurino mesmo” fazem suas “montagens” com extrema preocupação e apelo estético.



Figura 18: Festa no Beco²⁸

Para elas o uso de vestidos, saias e jeans mixados a camisas e blusas diferenciadas, são reforçados por maquiagens carregadas, de olhos marcados, batons de cor. O uso de acessórios é fundamental: de um lado, colares de pérolas e brincos de pérolas, bolsas e carteiras de mão diferenciadas, enfeites no cabelo, coleiras e braceletes, tudo minuciosamente pensando para

²⁸ Foto cedida. Jose L.

garantir o *look* exclusivo, e um visual nada básico.

Sobre estas montagens, para a entrevistada vale tudo:

Ah a gente coloca um colar de pérolas, com o bracelete de tachinhas do namorado, um anel de caveira, uma sapato com laços e o vestido que era da mãe e fica lindo! E não tem ninguém com um 'visu' igual. (Excerto de Diário de Campo, Janaina, 23 nos)

Outro 'adorno' predominante em quase 100% das jovens são as marcas corporais distribuídas entre *piercings* e diversas tatuagens pelo corpo. Entretanto, há quem afirme que agora *cult* é ter a pele limpa, sem marcas, já que "todo mundo" possui uma tatuagem. A pele, para os mais *cults* deve ser branca, sem bronzeado, sem marcas de sol. Tudo para dar aqueles "ares londrinos".

Eu não uso tatuagens... Todo mundo tem... Também não tomo sol, não gosto de praia, não gosto da areia da praia, urg!! Sabe... Se tu és alternativo mesmo, não da pra sair desfilando por aí com marca de biquíni, é ridículo, é coisa de funkeiro... e outra coisa... A pele branquinha é mais bonita, né...(Excerto de Diário de Campo, Maria, 23 anos)

O que antes era símbolo de contestação e protesto, hoje não se caracteriza mais desta forma, pois são rapidamente assimilados pelo sistema da moda.

Estes jovens, ao misturar o visual transitando entre o 'novo' e o 'velho' e ao exporem suas marcas corporais, lançam novos modos de se vestir, que mescladas às tendências de moda, dão origem às 'outras' modas.

6. COSTURANDO E (DES) COSTURANDO: NOVAS PERGUNTAS

Ao retomar o problema de pesquisa que deu origem a este trabalho, em que se buscou identificar em que medida jovens frequentadores de territórios chamados alternativos de Porto Alegre subjetivam e são subjetivados pela moda, identificaram-se quais as marcas identitárias presentes nesta estética jovem.

Desta forma, as etnografias apresentadas neste trabalho mostraram brevemente alguns modos de ser e estar jovem na contemporaneidade e a maneira como ocorrem às montagens estéticas e como estes jovens usufruem dos espaços pesquisados e estabelecem suas trocas e trânsitos entre eles, caracterizando o “nomadismo metropolitano”.

Cabe expor desde já, que, a tarefa proposta não foi capaz de estabelecer um consenso entre esta ética e estética estudada nestes grupos, visto que esta nova cultura se caracteriza pela mobilidade e fluidez de informações e comportamentos, mas permitiu esboçar como ocorre sua formação.

Para obter o resultado apresentado, este trabalho contou com vasto referencial teórico, em que inicialmente foi apresentado o interesse da pesquisadora sobre o tema e sua trajetória acadêmica sendo relacionada com conceitos abordados no decorrer deste estudo, além de marcar a retorno ao campo já anteriormente pesquisado e o laboratório que serviu como inspiração para seus estudos.

A realização deste trabalho foi de suma importância, tornando esclarecedora a produção de subjetividade estabelecida entre os jovens vistos como alternativos através da moda, com o uso de artefatos que são tratados entre estes jovens como códigos de conduta, inclusive, para garantir a inclusão em determinados locais.

Dentre estes artefatos observou-se que eles são buscados tanto nas novidades propostas pelo mercado, e isso se deve ao forte apelo midiático estabelecido entre as comunicações digitais, quanto na moda revisitada de décadas passadas, sendo que o objetivo é apenas um: ser singular, único. Para isso performatizam, combinando diversos elementos que irão garantir a exclusividade nos modos de se vestir e nas suas atitudes.

O perfil de consumo assume aqui papel importante também, pois ver e ser visto faz com que estes jovens tornem-se grandes vitrines prontas para ‘serem consumidas’, com isso vê-se este sujeito sendo transformado em mercadoria, para consumo próprio e alheio.

Impossível concluir um trabalho que envolve um repertório tão flutuante, tão ‘líquido’ como é a temática sobre juventudes contemporâneas e as relações de inclusão e exclusão estabelecidas através do consumo de moda.

Considerando a cultura hedonista, de culto ao prazer e apelo estético entre estes jovens, que

busca cada vez mais transpor os limites da sociedade, pergunto: Onde esta 'moda' vai parar? E registro aqui o meu interesse em dar seqüência na pesquisa que envolve este tema.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, Maria Isabel Mendes de; TRACY, Kátia Maria de Almeida. **Noites Nômades:** Espaço e subjetividade nas culturas jovens contemporâneas. Rio de Janeiro: Rocco, 2003.

BAUER, Martin W.; GASKELL, George. Vídeo, filme e fotografias como documentos de pesquisa. In **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som:** um manual prático. 3 ed. Petrópolis: Editora Vozes, 2004.

BAUMAN, Zygmunt. Identidade no mundo globalizante. In: **A sociedade individualizada:** vidas contadas e histórias vividas. Rio de Janeiro, Zahar: 2001

_____. **Identidade:** Entrevista a Benedetto Vecchi. Rio de Janeiro, Zahar: 2004.

_____. **Vida para o consumo:** a transformação das pessoas em mercadoria. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BERMAN, Marshall. **Tudo que é sólido desmancha no ar:** A aventura da modernidade. São Paulo: 2006

BOURDIEU, Pierre. Gostos de classe e estilos de vida. In: **A sociologia de Pierre Bourdieu** (Org. Renato Ortiz) São Paulo: Ohho D'Água, 2003. P. 144-169

BRAGA, João. **Reflexões sobre moda.** Vol. 1. ed.2. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2006.

CANEVACCI, Massimo. **A cidade polifônica:** ensaio sobre a antropologia da comunicação urbana. 2 ed. São Paulo: Studio Nobel, 1997.

_____. **A comunicação entres os corpos e metrópoles.**

_____. **Gemação diaspórica e subjetividade sincrética.** Roma: Universidade La Sapienza, 2005.

CARMO, Paulo Sérgio do. **Culturas da Rebeldia:** A juventude em questão. São Paulo: Senac, 2000.

DAYRELL, Juarez. **O jovem como sujeito social.** Minas Gerais: Revista Brasileira de Educação: Universidade Federal de Minas Gerais, 2003.

DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. **Mil Platôs: Capitalismo e Esquizofrenia**. V. 3. São Paulo: Editora 34, 1996.

DOURADO, Henrique Autran. **Dicionário de termos e expressões da música**. São Paulo: Editora 34, 2004.

DUARTE, Rosália. Pesquisa Qualitativa: Reflexões sobre o trabalho de campo. In **Cadernos de Pesquisa**. Revista Quadrimestral. n. 115. São Paulo: Autores Associados, 2002.

FIGUEIREDO, Lucas. **Ministério do Silêncio: A história do serviço secreto brasileiro de Washington Luís a Lula 1927 2005**. Rio de Janeiro: Record, 2005.

FILHO, Clóvis de Barros; LOPES, Felipe Tavares Paes. A dominação pelo gosto: o consumo na sociologia de Bordieu. In: **Comunicação e culturas do consumo**. (Org. Maria Aparecida Baccega) São Paulo: Editora Atlas, 2008. P. 105-117.

FREDERICO, Celso. O consumo nas visões de Marx. In BACCEGA, Maria Aparecida. **Comunicação e culturas do consumo**. São Paulo: Editora Atlas, 2008.

GARBIN, Elisabete Maria. Cenas juvenis em Porto Alegre: “lugarizações”, nomadismos e estilos como marcas identitárias. In: SOMMER, Luís Henrique; BUJES, Maria Isabel Edelweiss (Orgs.). **Educação e cultura contemporânea: articulações, provocações e transgressões em novas paisagens**. Canoas: Ed. ULBRA, 2006, p. 199-215.

GOLDENBERG, Mirian. **A arte de pesquisar: como fazer pesquisa qualitativa em ciências sociais**. 7 ed. Rio de Janeiro: Record, 2003.

GUATTARI, Félix. **Caosmose: Um novo paradigma estético**. 1. Ed. São Paulo: Editora 34, 1992.

HALL, Stuart. **A centralidade da cultura: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo**. Porto Alegre: Educação & Realidade, v. 22, n.2, jul./dez., 1997.

HOUAISS, Antonio; VILLAR, Mauro Salles; FRANCO, Francisco Manoel de Melo Franco. **Minidicionário Houaiss da Língua Portuguesa**. 3ed. Rio de Janeiro: Objetiva, 2009.

HOFFMANN, Ana. **A moda do pós-guerra revisitada para a construção do cenário underground em Porto Alegre**. Novo Hamburgo: Feevale, 2009. Trabalho de Conclusão de Curso. Disponível em: <http://ged.feevale.br/bibvirtual/Monografia/MonografiaAnaHoffmann.pdf>
Acesso em: 23/10/2010.

JONES, Sue Jenkyn. **Fashion Design: manual do estilista.** São Paulo: Cosac Naify, 2007.

KINGWELL, Mark. **Aprendendo felicidade:** todas as tentativas de Platão ao Prozac. Ediouro: Rio de Janeiro, 2006

LARROSA, Jorge. **La experiencia de la lectura.** Barcelona: Laertes, 1996.

LE BRETON, David. **Sinais de identidade:** tatuagens, piercings e outras marcas corporais. Lisboa: Miosótis, 2004.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero:** a moda e seu destino nas sociedades modernas. 8. reimpressão. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

_____. **Os tempos hipermodernos.** São Paulo: Barcarolla, 2007.

MAFFESOLI, Michel. **O tempo das tribos:** o declínio do individualismo nas sociedades de massa. 2 ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1998.

_____. **Sobre o nomadismo:** vagabundagens pós-modernas. Rio de Janeiro: Editora Record, 2001.

MAGNANI, Jose Guilherme Cantor. **Na metrópole:** Textos de antropologia urbana. São Paulo: Edusp, 2000.

_____. **Os Circuitos dos jovens urbanos.** São Paulo, 2005. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/ts/v17n2/a08v17n2.pdf>. Acesso em: 27/05/2010.

PINTO, Angel. Educação estética do sentimento e processo civilizador: Um ensaio sobre estética e semiótica. In **Educação estética e constituição do sujeito.** ROS, Sílvia Zanatta da. Coleção Cadernos Ced 12. Florianópolis, 2006.

ROCHA, Ana Luiza Carvalho da. **Bonfim: feições de uma cidade no plural... Ou o lugar da desordem.** Porto Alegre, 2002. Disponível em: <http://www.iluminuras.ufrgs.br/artigos/2002-05-bonfim-feicoes.pdf> Acesso em: 22/01/2011.

SCLIAR, Moacyr. **A guerra do Bom Fim.** 2. Ed. Rio de Janeiro: Expressão e Cultura, 2008.

_____. **Histórias de Porto Alegre.** Porto Alegre: L&PM, 2004.

WILSON, Elisabeth. **Enfeitada de sonhos:** moda e modernidade. Rio de Janeiro: Edições 70, 1985.

ZANELLA, Andréa Vieira. Cidades, relações estéticas e a polifonia da/na vida. In **Diálogos em psicologia social e arte**. Curitiba: Editora CRV, 2010.