

UNIVERSIDADE PAULISTA

**DAS SUBCULTURAS AO ALTERNATIVO:
UM ESTUDO ETNOGRÁFICO DO
BAIXO AUGUSTA**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Paulista – UNIP, para obtenção do título de Mestre em Comunicação.

EVERTON VITOR PONTES DA SILVA

SÃO PAULO

2017

UNIVERSIDADE PAULISTA

**DAS SUBCULTURAS AO ALTERNATIVO:
UM ESTUDO ETNOGRÁFICO DO
BAIXO AUGUSTA**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Paulista – UNIP, para obtenção do título de Mestre em Comunicação.

Linha de Pesquisa: Contribuições da Mídia para a Interação entre Grupos Sociais.

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Simone Luci Pereira.

EVERTON VITOR PONTES DA SILVA

SÃO PAULO

2017

Pontes, Everton Vitor da Silva.

Das subculturas ao alternativo: um estudo etnográfico do Baixo Augusta / Everton Vitor Pontes da Silva. - 2017.

183 f. : il. color. + CD-ROM.

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Paulista, São Paulo, 2017.

Área de Concentração: Comunicação e Cultura Midiática: Contribuições da Mídia para a Interação entre Grupos Sociais.

Orientadora: Prof.^a Dra. Simone Luci Pereira.

1. Alternativo. 2. Culturas juvenis. 3. Cena musical. 4. Estética de moda. 5. Baixo Augusta. I. Pereira, Simone Luci. (orientadora). II. Título.

EVERTON VITOR PONTES DA SILVA

**DAS SUBCULTURAS AO ALTERNATIVO:
UM ESTUDO ETNOGRÁFICO DO
BAIXO AUGUSTA**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Paulista – UNIP, para obtenção do título de Mestre em Comunicação.

Aprovado em: ____ / ____ / 2017.

Banca Examinadora

Prof^a. Dr^a. Simone Luci Pereira (Orientadora)
Universidade Paulista – UNIP

Prof^a. Dr^a. Rosamaria Luiza de Melo Rocha
Escola Superior de Propaganda e Marketing – ESPM

Prof^a. Dr^a. Clarice Greco Alves
Universidade Paulista – UNIP

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho à minha amiga de longa data e companheira de estudo Nayara Carla Domingos; à minha mentora e amiga Patricia Bieging, que me incentivou a seguir a carreira acadêmica; aos meus amigos e companheiros de especialização: Edson Luis de Souza, que inspirou meu projeto de pesquisa, e Lucimara Aparecida Souza de Oliveira, que sempre esteve ao meu lado; às minhas amigas e companheiras dentro do programa de pós-graduação em comunicação: Renata Valeria Calixto de Toledo e Fernanda Leite dos Santos, que me motivaram a não desistir; à minha mãe Erilene Pontes da Silva, que desde pequeno me ensinou a valorizar a busca por conhecimento; ao meu companheiro Elton Jhonn Felix Ferreira, que cresceu e amadureceu comigo, me apoiando e me acompanhando durante todo esse longo processo de pesquisa do mestrado; e à minha orientadora Simone Luci Pereira, que acreditou no meu potencial e, apesar das dificuldades, nunca permitiu que eu desistisse.

AGRADECIMENTOS

Agradeço, primeiramente, ao universo, que conspirou a meu favor, e que, apesar dos percalços que surgiram pelo caminho durante essa jornada, consegui ter fôlego e garra para alcançar mais esta conquista. A toda minha família sanguínea e afetiva, que foram e sempre serão o alicerce fundamental que me mantem de pé e lutando pelos meus objetivos. À minha amada mãe, que desde sempre também teve de fazer o papel paterno em minha vida; aos meus avôs e avós; tios e tias mais próximos, que fizeram parte da formação do meu caráter; primos, primas e amigos que a vida me trouxe e que se tornaram irmãos do coração.

Agradeço, especialmente, ao meu companheiro, que vem se tornando cada dia mais um amigo, que me acompanha e me incentiva a cada conquista desde a especialização, e estive ao meu lado durante esses dois longos anos de esforço durante o mestrado. Que me salvou no dia em que entreguei meu projeto para a solicitação de bolsa da CAPES/PROSUP e sofri um acidente, e que, mesmo com a minha dificuldade de locomoção durante esse último ano do mestrado, segurou minha mão nos meus momentos de fraqueza e me acompanhou pelas ruas e casas noturnas do Baixo Augusta.

Agradeço à Prof^a Dr^a. Simone Luci Pereira, por toda a cobrança e críticas construtivas, sem as quais eu jamais conseguiria ampliar minha visão diante do meu objeto de estudo, que me orientou e me guiou pelo caminho árduo da vida acadêmica, me moldando e incentivando cada dia mais a me tornar um verdadeiro pesquisador. Também à Prof^a. Dr^a. Rose de Melo Rocha que, em breves comentários, conseguiu agregar tanto à minha pesquisa, e à Prof^a. Dr^a. Clarice Greco Alves pela especial participação em minha banca de qualificação.

Agradeço à Universidade Paulista (UNIP) pelo seu belo trabalho e incentivo aos projetos de pesquisa e a toda equipe do programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Midiática, em especial ao Marcelo Rodrigues dos Santos (secretário dos cursos de pós-graduação em comunicação) e à Vera Lúcia Carlos Maia (secretária chefe dos cursos de pós-graduação). E ao programa de bolsas dedicado a pesquisas acadêmicas da CAPES/PROSUP que reconheceu meu trabalho e acreditou no meu potencial como pesquisador, me concedendo uma bolsa de estudos, sem a qual eu não conseguiria concluir minha pesquisa, e que essa credibilidade depositada em mim se torne real novamente durante meu doutorado.

*It's all that the young can do for the old,
to shock them and keep them up to date.*

Tudo o que os jovens podem fazer pelos velhos
é escandalizá-los e mantê-los atualizados.

(George Bernard Shaw)

RESUMO

A pesquisa centra-se na compreensão da “cultura alternativa” articulada por jovens que frequentam o Baixo Augusta (região da cidade de São Paulo). Privilegiamos as negociações e confluências culturais presentes no cenário da vida noturna do Baixo Augusta, tomando como enfoque a construção de identidades por meio da estética de moda e da cena e consumo musical que colaboram para a formação do estilo de vida demonstrado pelas culturas juvenis que frequentam, consomem, e são tomadas como referência ao se construir a identidade dessa região. A questão central é compreender o conceito do que se pode entender por “alternativo” na construção sociocultural e identitária desses grupos, pressupondo o possível surgimento de um “ethos-alternativo”, concebido pelos/nos grupos que compõem esse cenário do Baixo Augusta expresso em comportamentos e ideologias políticas mais amplas. Tal pesquisa, de base etnográfica, utiliza-se de uma metodologia que busca perceber questões sobre: as negociações fluidas, porém conflituosas, construídas entre os diferentes grupos entre si, e dos mesmos com o mercado, através de táticas e estratégias; questões de resistência; hegemonia e contra hegemonia entre os grupos analisados e a cultura massiva ou *mainstream*, onde estão presentes usos e apropriações de maneiras diferenciadas e negociadas.

Palavras-chaves: Alternativo; Culturas Juvenis; Cena Musical; Estética de Moda; Baixo Augusta.

ABSTRACT

This paper focuses on understanding of alternative culture articulated by young people who attend the Baixo Augusta (city of São Paulo). We privilege the negotiations and cultural confluences present in the nightlife scene of the Baixo Augusta taking as a focus the construction of identities through the aesthetics of fashion, the scene and the music consumption that contribute to the formation of the lifestyle demonstrated by the youth cultures which attend, consume, and are taken as reference to construct the identity of this region. The key issue is to understand the concept of what can be understood as "alternative" in the sociocultural and identity building of these groups, presupposing the possible emergence of an "alternative ethos" conceived by the groups that make up this Baixo Augusta scenario expressed in behaviors and political ideologies. Such research, has an ethnographic basis, and it uses a methodology that seeks to perceive questions about: fluid, but conflicting negotiations built between different groups to each other, and its members with the market, through tactics and strategies; issues of resistance, hegemony and counterhegemony between the analyzed groups and the massive or mainstream culture, where uses and appropriations are present in different and negotiated ways.

Keywords: Alternative; Young Cultures; Musical Scene; Fashion Aesthetics; Baixo Augusta.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Fotografia 01 – Placa (Rua Augusta).....	37
Mapa 01 – Baixo Augusta (Principais Localidades).....	40
Mapa 02 – Cidade de São Paulo (Localização do Baixo Augusta).....	41
Fotografia 02 – Pessoas Sentadas nas Calçadas (Cruzamento Entre Rua Augusta e Avenida Paulista).....	64
Fotografia 03 – Galeria Village (Baixo Augusta).....	65
Fotografia 04 – Barraca de Filmes Pirateados (Vendedores Ambulantes / Camelô).....	66
Fotografia 05 – Fila Para Entrar em Baladas (Rua Augusta).....	67
Fotografia 06 – Fluxo dos Grupos Juvenis (Rua Peixoto Gomide).....	68
Fotografia 07 – Food Trucks (“Calçadão Urbanoide”).....	69
Fotografia 08 – Casa do Norte (“Nordeste”).....	69
Fotografia 09 – Restaurante / Acarajé (“Digaê”).....	70
Fotografia 10 – Sorveteria (“Soroko”).....	71
Fotografia 11 – Bar “Fábrica Drinks” (Galeria “Fábrica Augusta”).....	72
Fotografia 12 – Calçada (Bar “Tubaína”).....	72
Fotografia 13 – Vitrine 01 (“Roupahrara”).....	72
Fotografia 14 – Vitrine 02 (“Roupahrara”).....	72
Fotografia 15 – Barraca de Livros (Vendedores Ambulantes).....	75
Fotografia 16 – Pichações (Baixo Augusta).....	76
Figura 01 – Clipe “Cremosa” 01 (“Banda Uó”).....	93
Figura 02 – Clipe “Cremosa” 02 (“Banda Uó”).....	93
Figura 03 – Clipe “Cremosa” 03 (“Banda Uó”).....	94
Figura 04 – Clipe “Cremosa” 04 (“Banda Uó”).....	94
Figura 05 – Clipe “Cremosa” 05 (“Banda Uó”).....	94
Figura 06 – Clipe “Cremosa” 06 (“Banda Uó”).....	94
Figura 07 – Clipe “Catuaba” 01 (Aretuza Lovi ft. Gloria Groove).....	96
Figura 08 – Clipe “Catuaba” 02 (Aretuza Lovi ft. Gloria Groove).....	96
Figura 09 – Clipe “Catuaba” 03 (Aretuza Lovi ft. Gloria Groove).....	96
Figura 10 – Clipe “Catuaba” 04 (Aretuza Lovi ft. Gloria Groove).....	96
Figura 11 – Clipe “Catuaba” 05 (Aretuza Lovi ft. Gloria Groove).....	97

Figura 12 – Clipe “Catuaba” 06 (Aretuza Lovi ft. Gloria Groove).....	97
Figura 13 – Clipe “Chifrudo” 01 (Lia Clark feat. Mulher Pepita).....	98
Figura 14 – Clipe “Chifrudo” 02 (Lia Clark feat. Mulher Pepita).....	98
Figura 15 – Clipe “Chifrudo” 03 (Lia Clark feat. Mulher Pepita).....	98
Figura 16 – Clipe “Chifrudo” 04 (Lia Clark feat. Mulher Pepita).....	98
Figura 17 – Clipe “Todo Dia” 01 (Pablo Vittar feat. Rico Dalasam).....	99
Figura 18 – Clipe “Todo Dia” 02 (Pablo Vittar feat. Rico Dalasam).....	99
Figura 19 – Clipe “Todo Dia” 03 (Pablo Vittar feat. Rico Dalasam).....	100
Figura 20 – Clipe “Todo Dia” 04 (Pablo Vittar feat. Rico Dalasam).....	100
Figura 21 – Clipe “Insight” 01 (Jaloo).....	101
Figura 22 – Clipe “Insight” 02 (Jaloo).....	101
Figura 23 – Clipe “Ah! Dor!” 01 (Jaloo).....	102
Figura 24 – Clipe “Chuva” 01 (Jaloo).....	102
Figura 25 – Clipe “Chuva” 02 (Jaloo).....	102
Figura 26 – Clipe “Chuva” 03 (Jaloo).....	102
Fotografia 17 – Socialidade na Pista (Beco 203).....	107
Fotografia 18 – Palco / Logo (Beco 203).....	109
Fotografia 19 – Pista / Teto (Beco 203).....	109
Fotografia 20 – Vitrine (Beco 203).....	110
Fotografia 21 – Extintores / Revolution (Beco 203).....	110
Fotografia 22 – Logo / “Só o Beco Salva” (Beco 203).....	111
Fotografia 23 – Fliperama (Beco 203).....	112
Fotografia 24 – Dormindo na Balada (Beco 203).....	112
Fotografia 25 – No Chão da Balada.....	113
Fotografia 26 – Uso de Celular (Beco 203).....	113
Fotografia 27 – Socialidade na Pista (Inferno Club).....	114
Fotografia 28 – Bar (Inferno Club).....	116
Fotografia 29 – Imagens Demoníacas (Inferno Club).....	116
Fotografia 30 – <i>Pole Dance</i> (Inferno Club).....	116
Fotografia 31 – Pista / Pentagrama (Inferno Club).....	116
Fotografia 32 – Socialidade na Pista (Espaço Desmanche).....	118
Fotografia 33 – Bar / Caixotes (Espaço Desmanche).....	120
Fotografia 34 – Palco / Combe (Espaço Desmanche).....	120

Fotografia 35 – Bomba de Gasolina (Espaço Desmanche).....	120
Fotografia 36 – Robô / Placas (Espaço Desmanche).....	120
Fotografia 37 – Fusca Conversível (Espaço Desmanche).....	121
Fotografia 38 – Sofás / Acentos de Carros (Espaço Desmanche).....	121
Fotografia 39 – Xuxa / Capa de Revista (Espaço Desmanche).....	122
Fotografia 40 – Clodovil / Artigo de Revista (Espaço Desmanche).....	122
Fotografia 41 – Dançarinos Contratados 01 (Espaço Desmanche).....	125
Fotografia 42 – Dançarinos Contratados 02 (Espaço Desmanche).....	125
Fotografia 43 – Beijo Lésbico (Espaço Desmanche).....	124
Fotografia 44 – Dançarina / Top Less (Espaço Desmanche).....	124
Fotografia 45 – Acrobata (Espaço Desmanche).....	125
Fotografia 46 – “Os Saltimbancos” (Espaço Desmanche).....	125
Fotografia 47 – Frequentador / Consumidor 01 (Baixo Augusta).....	143
Figura 27 – Clipe “ <i>Hunting For Pearls</i> ” (<i>Iamamiwhoami</i> / Jonna Lee).....	144
Figura 28 – Clipe “ <i>Tap Your Glass</i> ” (<i>Iamamiwhoami</i> / Jonna Lee).....	144
Fotografia 48 – Frequentadoras / Consumidoras 02 (Baixo Augusta).....	145
Fotografia 49 – Frequentadores / Consumidores 03 (Baixo Augusta).....	147
Fotografia 50 – Frequentadora / Consumidora 04 (Baixo Augusta).....	148
Figura 29 – Cena do Filme “ <i>13 Going On 30</i> ” / “De Repente 30” (Christa B. Allen como “Jenna Rink”).....	149
Fotografia 51 – Frequentadora / Consumidora 05 (Baixo Augusta).....	150
Fotografia 52 – Frequentadores / Consumidores 06 (Baixo Augusta).....	152
Fotografia 53 – Frequentador / Consumidor 07 (Baixo Augusta).....	153
Fotografia 54 – Frequentadora / Consumidora 08 (Baixo Augusta).....	155
Fotografia 55 – Frequentadores / Consumidores 09 (Baixo Augusta).....	158
Fotografia 56 – Produtos Comercializados / Frida Kahlo (Baixo Augusta).....	159
Fotografia 57 – Empreendedoras / Loja (“Ink Gloss” / “De Tudo Tem Um Pouco”).....	160
Fotografia 58 – Produtos Expostos (“Ink Gloss” / “De Tudo Tem Um Pouco”).....	160
Fotografia 59 – Empreendedora / Loja (“All Right Mama” / “De Tudo Tem Um Pouco”).....	161

Fotografia 60 – Produtos Expostos (“All Right Mama” / “De Tudo Tem Um Pouco”).....	161
Fotografia 61 – Produtos Expostos (Fábrica Augusta).....	169

SUMÁRIO

• INTRODUÇÃO.....	15
• O QUE É O BAIXO AUGUSTA?	36
• 1 UNDERGROUNDS, INDEPENDENTES, ALTERNATIVOS: MARCOS TEÓRICOS PARA PENSAR AS CULTURAS JUVENIS....	42
• 1.1 GRUPOS JUVENIS: PRÁTICAS E RITUALIDADES NÃO HEGEMÔNICAS.....	42
• 1.2 ALTERNATIVOS: TRANSGRESSÃO DISTINTIVA.....	58
• 1.3 MAPEANDO O BAIXO AUGUSTA.....	62
• 2 RITMOS, SONORIDADES, SOCIALIDADES: AS PRÁTICAS QUE CONSTROEM A CENA MUSICAL DO BAIXO AUGUSTA.....	78
• 2.1 DOS PIONEIROS AOS CONTEMPORÂNEOS: A TRAJETÓRIA DA MÚSICA <i>INDIE</i> NO MERCADO FONOGRÁFICO E SEUS ARTISTAS.....	84
• 2.2 <i>SCRATCH</i> X VOCAL: MERGULHANDO NAS SONORIDADES PRODUZIDAS PELOS DJS E BANDAS DO BAIXO AUGUSTA.....	103
• 2.2.1 “BECO 203”	107
• 2.2.2 “INFERNO <i>CLUB</i> ”	114
• 2.2.3 “ESPAÇO DESMANCHE”	118
• 3 ESTÉTICAS, PRÁTICAS, USOS E APROPRIAÇÕES: MODA E ESTILO DE VIDA NO BAIXO AUGUSTA.....	128
• 3.1 MODA NÃO HEGEMÔNICA: SUAS ESTÉTICAS E LINGUAGENS.....	139
• 3.2 ESTILO DE VIDA ALTERNATIVO: O SURGIMENTO DE UM NOVO ETHOS?	163
• CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	171
• REFERÊNCIAS.....	177

INTRODUÇÃO

Este estudo toma como base a articulação de alguns elementos para a compreensão dos recursos que norteiam esta pesquisa, são eles: as relações existentes entre a construção de uma identidade estética¹ de moda e cenas musicais “independentes” com a atual cultura “alternativa” nas culturas juvenis do Baixo Augusta (São Paulo), articulando e fazendo circular socialmente referências de estilos musicais relacionados com o que é denominado no meio musical como “*indie*”; o papel que essas “culturas alternativas” do Baixo Augusta têm na construção de distinção social (Bourdieu, 2007); as relações que esse “estilo de vida alternativo” passou a ter com interesses econômicos e o surgimento de novos segmentos mercadológicos na região do Baixo Augusta, que se destinam a esse respectivo público. Através de uma abordagem que se utiliza de inspiração etnográfica, analisamos o ambiente em que grupos constroem socialidades², identidades e formas de consumo. Compreendemos por socialidade uma trama de relações cotidianas entre agentes sociais, que é tecida como processo primário de interpelação e constituição de sujeitos e identidades (Martín-Barbero, 2002). Nesse processo, percebemos as trocas, convergências e maneiras de estar junto dos grupos juvenis alternativos observados no Baixo Augusta, que envolvem engajamentos variados, mostrando aspectos importantes nas trocas e negociações desses grupos e na formação de suas identidades.

A pesquisa surgiu com o propósito de tentar formular uma percepção a respeito das práticas, identidades e socialidades que se desenrolam nas subculturas (em específico, nos grupos juvenis) e as relações existentes entre os sujeitos e seus grupos no que se refere à construção identitária como forma de se legitimar. Tomamos como enfoque as práticas, consumos e socialidades ligados à cena musical e estética de moda devido à minha formação e trajetória profissional que está ligada a esse universo.

¹ Termo derivado do grego (aísthesis), que significa manifestação ligada à sensação/sensibilidade (Cidreira, 2008).

² Nos apropriamos do conceito de “socialidade” de Martín-Barbero (2002) para pensarmos as relações entre sujeitos/grupos estudados nesta pesquisa, uma vez que tratamos de pensar as relações desses grupos juvenis muito além da noção de tribos efêmeras e não estáveis que se apresenta no conceito de “sociabilidade” de Michel Maffesoli (1987).

Graduado em *Design* de Moda e em Artes Visuais, sempre tive uma ligação muito forte com questões que tangem as construções estéticas. Trabalhei durante aproximadamente sete anos como visual *merchandising* de moda e acompanhei de perto os processos e estratégias das quais o mercado se utiliza para construir e idealizar sonhos de consumo através da estética das vitrines. Já na pós-graduação em Jornalismo Cultural, tive um contato maior com a produção editorial de moda e passei a me interessar por questões ligadas aos processos midiáticos vinculados às relações de socialidades, construções de identidades (de sujeitos e grupos) e questionamentos pertinentes aos modos e processos de construção que legitimam a distinção na contemporaneidade, além de desenvolver um forte interesse pelas questões ligadas às subculturas (conceito que só passei a compreender, já no mestrado).

Foi na pós-graduação, através do questionamento recorrente apontado por um colega de classe, que inclusive se tornou um grande amigo (“grande parte dos jovens que ostentam um estilo de vida boêmio nas redes sociais, na maioria das vezes, gastam o salário quase todo em uma balada enquanto vivem em um conjugado na periferia”), onde se iniciou os questionamentos que me guiaram até o projeto apresentado para o mestrado.

Esses questionamentos (assim como o meu projeto) passaram por diversas etapas e níveis de pesquisa durante todo o mestrado, desde: uma análise comparativa entre as socialidades apresentadas pelos grupos/sujeitos durante o circuito boêmio e a forma como isso seria projetado nas redes sociais; até um comparativo entre a visão mais *underground* tida sobre o Baixo Augusta em comparação ao estilo de vida alternativo mais “gourmetizado” presente na Vila Madalena (São Paulo). Durante pesquisas de base etnográficas e a conceituação teórica, fomos percebendo a amplitude e o leque de possibilidades de abordagem presentes no que tange ao Baixo Augusta. Assim, concentramos a pesquisa nesse circuito e localidade em específico, abordando suas peculiaridades e propondo conceituar e conceber o que pretende ser um “*ethos*-alternativo” presente no estilo de vida não normativo levado pelos grupos juvenis presentes na região do Baixo Augusta.

O objetivo desta pesquisa é conhecer mais profundamente as dinâmicas socioculturais de grupos juvenis frequentadores do Baixo Augusta. Essas

dinâmicas (presentes nas relações de socialidade, consumo e construção de identidade desses grupos) se dão de maneira que nos permite formular e melhor entender o conceito de “alternativo”, pensando sua representação nos diferentes âmbitos, como o cultural, o midiático, o sociológico, o mercadológico e o econômico. Dessa maneira, propomos refletir sobre as dinâmicas em constante formulação em torno desses grupos juvenis que povoam o Baixo Augusta, tal como suas relações resistidas/negociadas com os serviços/produtos pensados pelo mercado que vem se formando como um segmento direcionado a esse público, que se quer não-hegemônico e propõe que nesse trabalho o chamemos de “culturas alternativas”.

Segundo Ribeiro e Ribeiro (1994), a construção de padrões que rompem as normas que refletem tradições, hábitos e costumes da sociedade hegemônica passa a ser observada como uma ruptura na hegemonia, que se caracteriza pela inversão/redefinição de valores formulados anteriormente pelos costumes, afetos, práticas (entre outros aspectos) mantidos pelos grupos que detêm o poder. Em outras palavras, poder-se-ia afirmar que as ações, práticas, usos e apropriações que se manifestam de maneira não-hegemônica, subcultural, resistente e conflituosa por esses grupos juvenis do Baixo Augusta, diante aos padrões hegemônicos, têm como principal característica a recodificação de conceitos ligados (ou não) aos padrões hegemônicos, desconstruindo-os e os reestruturando de diferentes maneiras, assim, legitimando o que se pretende “alternativo” na imagem e imaginário das culturas juvenis frequentadoras do Baixo Augusta.

O conhecimento das interações sociais possibilita enxergar práticas, imaginários e afetos desses grupos analisados, que se compõem de novas referências culturais, hábitos e conceitos que são transmitidos. Dessa forma, a fundamentação da pesquisa visa obter uma melhor compreensão das identidades de grupos jovens e suas relações com a busca por distinção social e autorrealização, tanto nas suas formas de socialidade e interações sociais, quanto no imaginário que se constitui a respeito da “cultura alternativa”.

A fim de apresentar e analisar como esta construção identitária se fundamenta através da moda, estilo de vida e cena musical transmitida em torno da imagem e imaginário do Baixo Augusta (São Paulo – SP), tornando-se um estilo de vida não-hegemônico presente no circuito de sua cena musical,

foram tomadas como enfoque três casas/espços da região (Beco 203, Inferno Club e Espaço Desmanche). Busca-se ainda repensar noções clássicas de resistência e subcultura a partir do que se entende por “alternativo” como categoria que supõe as ambiguidades e negociações presentes nas dinâmicas socioculturais juvenis. Além de compreender como se dão as relações da “cultura alternativa” como o movimento “*indie*”³ na indústria fonográfica e no campo musical, em uma comparação entre “independente” e “alternativo”, suas correlações e delimitações nos dias de hoje; perceber como a “cultura alternativa” passou a ser projetada como um estilo de vida agregador distintivo e identitário, quais as influências que este valor agregado causam sobre esses grupos juvenis, conferindo-lhes legitimidade; e analisar quais as relações que o estilo de vida alternativo passam a articular com o mercado através do surgimento de novos segmentos de consumo destinados ao público que compõe a “cultura alternativa”, uma reconfiguração dos padrões hegemônicos, sendo não-hegemônico, *underground* e subcultural, apresentando noções de resistência.

Por justificativa na escolha deste tema de pesquisa, observamos que tal estudo se torna relevante por trazer um mapeamento e análise a respeito de um fenômeno que está relacionado com as dinâmicas sociais e culturais de grupos juvenis urbanos, as culturas midiáticas e as relações interculturais em que vivemos hoje. Mais ainda, justifica-se por trazer uma possibilidade de atualização e reflexão de pressupostos teóricos conceituais para conhecer juventudes, consumo e cultura midiática na atualidade.

A pesquisa busca compreender aspectos do estilo de vida e do “ethos” de grupos urbanos que se auto intitulam “alternativos”, mas que tem como plano de fundo uma noção de suas dinâmicas de construção de identidade e socialidades em que estão presentes estratégias mercadológicas que veem nesses grupos um bom nicho de mercado, e um cotidiano de apropriações desses jovens em que também ocorrem as táticas (Certeau, 1994), ou seja, usos e apropriações da cultura hegemônica e do mercado não previstos e de alguma forma subversivos.

³ Termo que, nos dicionários, é uma abreviação do inglês *independent* (em português, independente), que se aplica na indústria musical, como sendo a nomenclatura utilizada para denominar artistas que ainda não teriam contato direto com as grandes gravadoras, sendo assim, independentes e detentores da sua produção musical.

Assim, para melhor entender o conceito de sociedade, segundo Kellner (2001), como sendo uma manifestação baseada no que se ouve e vê, nós somos uma representação das informações que recebemos. Além disso, existem também as formações culturais em suas diversas formas de origem e influências sociais e econômicas. Dessa forma, poder-se-ia supor que, em uma sociedade bombardeada pelas mídias, e com uma estrutura social de base capitalista, o consumo seja o principal refletor que caracteriza nossos hábitos, imaginários, afetos, entre outros aspectos, confirmando, por sua vez, o que Featherstone (1995) chama de “cultura de consumo”.

A pesquisa demonstra sua relevância para que se possa pensar como se dão essas articulações e negociações dentre os grupos juvenis urbanos (mais especificamente, do Baixo Augusta), formulando usos e apropriações resistentes, no entanto, flexíveis diante da hegemonia. Mais ainda, pode colaborar para uma reflexão sobre as formas como as culturas juvenis urbanas compõem, em suas práticas culturais do consumo, a adesão aos padrões dominantes, mas também maneiras variadas de subversão, salientando as ambiguidades que merecem atenção e que evitam análises dicotômicas centradas em polos como *underground/mainstream* ou resistência/alienação, entre outros.

A metodologia utilizada nesta pesquisa, que tem como base esse cenário e seus desafios, assume a *inter-multi-transdisciplinaridade*, que, segundo Morin (2004), é como uma quebra às delimitações das técnicas e das teorias próprias das disciplinas, não fechando numa específica área do conhecimento, mas podendo abranger a linha de estudo e conceituação através de diferentes fontes de informações que constroem a conceituação da pesquisa.

É importante ressaltar que a base desta pesquisa circunda as relações existentes entre diferentes campos de estudo, explorando as interações que se dão entre Comunicação e Antropologia, em uma abordagem imersa nas discursões advindas da Moda e da Música. Relações essas que são construídas através das culturas juvenis presentes na cena criada em torno do

Baixo Augusta, sendo esses grupos formados por características que resgatam e acionam conceitos e elementos relacionados a esses campos.

Dessa forma, foi feita uma pesquisa de campo inspirada em etnografia com um olhar metodológico da flânerie na região do Baixo Augusta. Segundo Nunes (2016), o uso do flânerie como técnica para se desenvolver uma etnografia tem-se mostrado um processo mais adequado quando pensamos pesquisas que envolver os fluxos juvenis urbanos por se tratarem de fenômenos socioculturais e midiáticos que estão em constante movimento e mudança. A autora percebe que flânerie enquanto técnica usada durante a etnografia proporciona uma posição de etnógrafo pós-moderno ao flâneur.

Como sugere a pesquisa, tomando como enfoque a vida noturna do local, seus principais circuitos que contemplam a cena da música “alternativa”, os principais bares, restaurantes, baladas, casas noturnas, galerias, lojas e o fluxo nas calçadas, buscando articular as possíveis relações existentes entre seus hábitos de consumo de moda, música e também gastronômicos.

É importante ressaltar que tal pesquisa etnográfica foi realizada entre o segundo semestre de 2015 e o primeiro semestre de 2017, sabendo que totalizam aproximadamente 35 visitas em datas, horários e dias da semana diferentes (em sua grande maioria em sextas-feiras, sábados e domingos durante os períodos da tarde, noite e madrugada) na região do Baixo Augusta. Portanto, tomamos como pontos principais da etnografia, três casas/espços que foram nosso recorte para maior aprofundamento, sendo elas: o “Beco 203”, o “Inferno Club” e o “Espço Desmanche”, em que estivemos presentes e etnografamos entre 2 a 3 vezes cada uma das casas noturnas e suas respectivas festas.

O “Beco 203” promove festas temáticas envolvendo música pop, rock, *indie*, *pop* e latinidades, sempre com uma temática inovadora e criativa em torno das tendências que norteiam o público alternativo, em uma ambientação que nos remete a uma atmosfera urbana. Suas festas trazem elementos que poderiam ser rechaçados e vistos com maus olhos por esse mesmo público (como a temática inspirada no “RBD⁴/Rebelde⁵” mexicano), sendo

⁴ Banda *pop* latina formada por seis integrantes e que surgiu de uma novela mexicana (“Rebelde”), se tornando um sucesso mundial entre 2004 e 2009.

ressignificados e agregados a um imaginário alternativo que faz com que essa temática se adeque ao seu público.

O “Inferno Club” é um espaço que promove festas ao som do *rock and roll* e suas diversas vertentes, dando vasão às *pick-ups* de DJs e também recebendo bandas, sendo o diálogo e mescla feitos entre todo esse imaginário *underground* algo característico do *rock*, e os produtos derivados do *mainstream* e da cultura *pop* (como uma banda de *rock* fantasiada de *cosplay*⁶ dos “Cavaleiros do Zodíaco”⁷).

E o “Espaço Desmanche”, que é um local onde se promovem diversas festas com diferentes temáticas envolvendo clássicos do cinema, com um *design* arquitetônico inspirado em um desmanche de carros da década de 1970, o que dá sentido ao seu nome. Está situado onde era o antigo Vegas, que foi uma das baladas mais populares do Baixo Augusta, sendo escolhido por mesclar todo seu imaginário ligado ao “independente” e a festas de temática vinculada ao cinema (onde são construídos universos como o mundo de “Alice no País das Maravilhas” e a “Fantástica Fábrica de Chocolates”), que, apesar de serem parte dos grandes *blockbusters* da indústria do cinema, carregam um aspecto de modelo de filme conceitual no imaginário dos fãs (talvez, por terem os nomes de Tim Burton e Johnny Depp vinculados a ambos).

Escolhemos essas três casas noturnas para guiar nossa pesquisa por serem estabelecimentos que fazem parte da cena musical presente no Baixo Augusta, e que, além de estarem vinculadas às culturas alternativas e ao gênero musical *indie* (cada uma a sua maneira), também fazem uso e se apropriam de elementos presentes na cultura *pop* e no *mainstream*, ressignificando-os, propondo novos usos e dando-lhes novos sentidos.

Fora esses principais circuitos da noite do Baixo Augusta, a cena de outros territórios existentes na região já etnografados se mostram de suma

⁵ Novela mexicana produzida e exibida pela primeira vez na “*Televisa*”, entre 2004 e 2006, no México, e transmitida pela primeira vez no Brasil pelo “SBT”, entre 2005 e 2006. Foi reprisada diversas vezes.

⁶ Abreviação do inglês “*costume play*”, que em sua tradução quer dizer “representação de personagem a caráter”.

⁷ *Mangá* criado no Japão, em 1985, que foi adaptado para *anime* pela “*Toei Animation*” entre 1986 e 1989. Sendo exibido pela primeira vez pela “*TV Asahi*”, entre 1986 e 1989, no Japão, transmitido no Brasil pela primeira vez pela Rede Manchete, entre 1994 e 1997. Foi reprisado diversas vezes.

importância para dialogar com os corpus: a calçada do “Shopping Center 3” e as calçadas da Rua Peixoto Gomide; o “Espaço Itaú de Cinema” e as barracas de camelôs com filmes alternativos pirateados; as galerias “Village”, “De Tudo um Pouco” e o “Espaço Endossa”; o “Calçadão Urbanoide” de *food truck*; os restaurantes, que vão da culinária gourmet, culinária de diferentes nacionalidades, até a típica “casa do norte”, tradicionalmente nordestina; e os bares “Caos” e “The Pub”. Sendo esses pontos que nos ajudam a perceber e compreender como é formado o hibridismo cultural característico do Baixo Augusta e uma certa “cultura alternativa” que aqui enfocamos.

Desse modo, segundo Lévi-Strauss (1987), a etnografia é o uso da prática de observar grupos humanos, buscando constituir a mais fiel análise possível. Magnani (2002) fala a respeito da “antropologia urbana” como sendo um campo de pesquisa que se direciona para o estudo de grupos sociais presentes nos circuitos dos centros urbanos e suas práticas, em forma de uma primeira aproximação diante da complexidade das dinâmicas urbanas. Assim, uma das áreas de pesquisa que se adequa e se mostra mais importante na antropologia urbana é o estudo de bairros, ruas, localidades, região e/ou áreas da cidade em geral, onde se dão as socialidades dos grupos urbanos (Velho, 2009). Estes são conceitos que passam a ser aplicados neste trabalho, como método para uma análise das práticas de socialidade e construção de identidades dos grupos aqui analisados.

Por fim, realizaremos também um apuramento dos novos hábitos de consumo direcionados ao estilo de vida alternativo, o surgimento de novos seguimentos de mercado que são destinados a esse público, que vão além do consumo musical, analisando-se também o comportamento no que diz respeito a gostos, práticas, estilos e estéticas na moda. Assim como nas influências constituídas com base em releituras do *vintage* e do retrô, sendo ressignificados e agregados de valor através do fenômeno da “gourmetização” no consumo. Tal tendência, que passa a projetar uma “glamourização” desse estilo de vida, conseqüentemente gera o aumento de custos dos produtos e serviços em questão. Nos valeremos, para isso, de informações coletadas durante a etnografia (conversas informais e observação) dos diversos agentes dessas cenas musicais e midiáticas, como donos de estabelecimentos e seus funcionários, frequentadores etc.

Desta forma, as técnicas utilizadas para o apuramento e formulação de embasamento para esta pesquisa foram: mapeamento e coleta de dados de base etnográfica do circuito/cena e dos frequentadores/consumidores em questão, e apuramento de conceitos já formulados anteriormente sobre o assunto, através de exploração teórica.

A dissertação foi dividida em três capítulos. O capítulo inicial - “Undergrounds, independentes, alternativos: Marcos teóricos para pensar as culturas juvenis” - propõe uma discussão teórico conceitual a respeito da noção que se tem quanto à cultura *underground*, suas relações com as subculturas (em particular, focando nos grupos juvenis), e a trajetória de transição entre o que se entende por “independente” até a noção construída na contemporaneidade como “alternativo”. O segundo capítulo - “Ritmos, sonoridades, socialidades: as práticas que constroem a cena musical do Baixo Augusta” - vem abordar a trajetória da produção independente na indústria fonográfica até se tornar o gênero musical “*indie*” presente na atualidade, e as relações existentes com o conceito de “alternativo” presente nas socialidades dos grupos juvenis frequentadores do Baixo Augusta, analisando as três casas noturnas escolhidas como foco central da pesquisa. E o último capítulo - “Estéticas, práticas, usos e apropriações: a moda e o estilo de vida no Baixo Augusta” - traz uma conceituação a respeito da moda e da construção estética em relação aos processos identificatórios de sujeitos/grupos, propondo análises das práticas de consumo de moda e da performatividade desses agentes culturais que utilizam de seus corpos como suporte estético a fim de legitimar suas identidades.

Optamos por essa abordagem e divisão de categorias, a fim de segmentar e estruturar um “tripé” teórico conceitual e empírico que vincula a teoria aos elementos observados na pesquisa de base etnográfica, ligados à estética de moda, às cenas musicais, e às práticas de consumo (formulando o que se entende por estilo de vida), para, assim, propor o que pretendemos definir por “*ethos*-alternativo” que se faz presente nas relações e socialidades dos grupos/sujeitos que frequentam o Baixo Augusta.

É importante salientar que, ao longo do texto, ao usarmos os termos “independente” e “*indie*”, passamos a pensar em duas vertentes distintas: o “independente” como sendo a produção fonográfica independente e todo o

imaginário em torno da mesma; e ao nos referirmos ao “*indie*”, tratamos de um gênero musical presente nas bordas do *mainstream* na contemporaneidade. Assim, visamos compreender como as culturas juvenis “alternativas” representam suas características culturais por meio de uma ambiguidade com várias nuances entre resistir e incorporar elementos da/na cultura hegemônica, com um olhar voltado para a moda, a música e o estilo de vida formado por esses elementos e apresentado nesse meio.

Ao pensarmos a ideia de “alternativo”, passamos a tratar do estilo de vida, das práticas de consumo de música e moda, dos usos e apropriações, da imagem e identidade em torno desses grupos juvenis presentes no Baixo Augusta. Tal “cultura alternativa”, construída por esses grupos, se dá através de suas características, que, por um lado, se mostram opostas ao sistema hegemônico, mas que, no entanto, dialogam e negociam com o *mainstream*, absorvendo, ressignificando e dando novos usos a esses referenciais (Freire Filho, 2005).

Toma-se como ponto de partida a constante busca por distinção pela qual os sujeitos que formam os grupos juvenis do Baixo Augusta vivem, articulando negociações para se adequarem e serem aceitos como iguais em seus respectivos grupos, o que conflita diretamente com o desejo individual de se diferenciar e se destacar dentre os próprios integrantes que fazem parte de seu grupo. Sendo assim, motivam-se na busca por construir uma identidade que os caracterizem e que lhes proporcione a conquista de distinção social e pertencimento ao grupo do qual fazem parte.

Segundo Williams (1979), existe três temporalidades em jogo de força por hegemonia no que diz respeito à construção das relações sociais, sendo elas residuais, dominantes e emergentes. O “residual” é compreendido como todos os elementos do passado que ainda se fazem presentes de alguma maneira não arcaica, ainda que por um muitos tenha sido esquecido; por “emergente” entende-se a constituição de forças inovadoras; e o “dominante” é o que compõe a cultura hegemônica que predomina. Pensando nessa negociação entre temporalidades presente na “cultura alternativa”, poder-se-ia dizer que essas relações estão muito vigentes, onde o que se faz dominante

tem forte composição das referências residuais e emergentes para sua formação, o que a caracteriza com um constante fluxo nas negociações entre esses três pontos que coexistem em conflito para que seja possível a existência de uma cultura propriamente alternativa que se mostra não hegemônica. Isso se mostra no uso de referenciais *vintage* ou retrô na moda e na música, coexistindo com maneiras que se querem inovadoras nas formas de consumir, interagir, viver as relações de gênero etc.

Segundo Freire Filho (2007), ao pensar as subculturas, vemos que elas podem adentrar no espaço onde se fazem predominantes como referência, conceito, estética, imagem e imaginário, tudo ligado aos produtos e serviços oferecidos pelo entretenimento massivo, de modo que, tal subcultura retorna ao seu ambiente de origem (ou ambientes pertencentes às subculturas que se relacionam/assemelham), mantendo parte de seu ímpeto contestador de origem. Desse modo, de acordo com o autor, podemos observar que, na contemporaneidade, pensar o conceito de subcultura vai muito além da articulação feita pelos estudos culturais britânicos dos anos 70 do século XX. É importante frisarmos que nos estudos sobre subculturas juvenis, na atualidade, a relação com a hegemonia se faz presente de maneira conflituosa e ambígua, abrindo-se a negociações, trocas e novas formas de usos e apropriações presentes no massivo.

Tomamos esses referenciais para tratar a construção identitária do “alternativo”. A construção de identidade, na vida social, não se dá através de um sujeito autossuficiente (único), mais sim na vida em grupo. Seguindo esses preceitos, os grupos têm alguma liberdade para moldar uma imagem de seus estilos de vida por meio da construção estética, a qual desejam projetar em seus ambientes de socialidade, trazendo essa construção identitária. Segundo Hall (2014), um fator que define a pluralidade e o conflito na construção de identidades e nas relações sociais, de um modo geral, seria o “ponto de sutura”, um processo no qual existem negociações constantes entre múltiplas culturas de maneira conflituosa, onde o atrito entre essas culturas se mostra como uma costura inflamada (como uma sutura médica), um fio sobre o outro, remendando-se de maneira contínua. Assim, essas inter-relações existentes entre os agentes sociais dentro de seus respectivos grupos (entre forças

hegemônicas e elementos de ruptura) se mostram um importante aspecto desse processo construtivo.

Tal negociação intercultural torna-se uma das bases que contribuem para a formação de um grupo social na contemporaneidade, as relações de socialidade e afetos entre grupos/sujeitos (que consistem na troca de hábitos, costumes e referências socioculturais) promovem novas articulações e trocas que passam a incidir uns nos outros.

Janotti Jr. (2003) nos propõe pensar a socialidade como parte do processo de produção de sentidos pensando os grupamentos urbanos, seus grupos/sujeitos e suas interações, assim como o espaço e sua territorialidade, e a identidade (imaginada), todos envolvidos nas comunidades de sentidos. Assim, podemos pensar na socialidade como um aspecto dentre tantos outros, que estão presentes nas relações humanas, sendo como um espaço no qual se dão as trocas, negociações, interações etc.

Desse modo, ao se analisar essas trocas e negociações entre culturas, os “pontos de sutura” (Hall, 2000), seriam as negociações constantes e conflituosas entre as múltiplas referências de diferentes culturas em jogo nas construções de estilo de vida e identidade dos grupos. Por um lado, proporcionando que existam confluências negociadas entre as tantas referências e culturas que se relacionam. Por outro lado, essas relações se mostram extremamente conflituosas, como um duelo entre negociar e resistir diante dos padrões socioculturais (uns dos outros), formando um emaranhado de culturas que coexiste e converge conflituosamente. No entanto, vale lembrar que essa troca entre culturas não é composta por absoluto equilíbrio e aceitação, tais negociações são de forte resistência e conflito, em que, por um lado, algumas culturas tornam-se residuais, enquanto outras emergem ou se tornam dominantes. Esse fluxo é mantido constantemente, fenômeno que permite que essas negociações não sejam permanentes ou delimitadoras. Uma cultura que se mostra residual hoje, pode vir a ser dominante amanhã, e essa dinâmica se faz em um fluxo constante.

Como analisa Michel de Certeau (1995), toda cultura emerge de um determinado centro que demonstra ser o topo da estrutura social em que se vive, seja ele um governo, um grupo social, uma estrutura familiar ou um

discurso hegemônico, difundidos por quem está no poder para os demais membros que formam a sociedade. Certeau (1995) fala também a respeito das “táticas” e das “estratégias”. Segundo ele: as táticas são astúcias cotidianas formuladas pelos grupos/sujeitos que não detêm o poder hegemônico, a fim de burlar o que lhes é imposto pelo mercado/instituições sociais; e as estratégias são os planejamentos articulados e esquematizados pelo poder hegemônico.

No âmbito desta pesquisa, tais táticas podem ser percebidas nas práticas musicais em que esses grupos juvenis do Baixo Augusta estão inseridos, na indumentária estética, na moda e em seu poder de transmitir ideias, valores e conceitos; nas formas de linguagens corporais e verbais, nas quais se incluem estilos de vida, gestualidades, gírias, expressões e hábitos que são utilizados por determinados grupos, caracterizando-os. Estes são aspectos que viemos mapeando e interpretando a partir da pesquisa etnográfica, como sendo as principais formas de se distinguir socialmente.

No entanto, cerca de quarenta anos após a análise de Certeau (1995), poder-se-ia dizer que, na atualidade, o detentor do poder hegemônico nem sempre está ligado ao topo da estrutura social formal no qual o grupo detentor do poder seria inevitavelmente o único referencial para as demais camadas sociais. Deste modo, podemos pensar que existem forças hegemônicas, contra hegemônicas e não hegemônicas, que, respectivamente, podem ser entendidas como: as forças hegemônicas se referem às relações mantidas entre os grupos que detêm o poder social e cultural dentre os demais grupos/sujeitos presentes em sua sociedade; as forças contra hegemônicas se referem a uma posição contrária aos padrões hegemônicos presentes em uma sociedade, gerando atrito e uma relação conflituosa com aqueles que detêm o poder sociocultural (Gramsci, 2002); o que nos leva a pensar as forças não hegemônicas como rupturas parciais dos padrões hegemônicos, que se dão através de articulações e negociações (ora resistindo, ora absorvendo referências hegemônicas), pondo-se como um meio termo entre os dois extremos.

Não digo que aquela estrutura pensada por Certeau (1995) não exista mais, porém, na contemporaneidade, (principalmente se pensarmos os grupos

juvenis alternativos do Baixo Augusta), essas relações se dão por tantas outras formas. Uma ideia que nos ajuda a entender esses processos e que é muito usada quando estudamos as práticas de consumo no mercado de moda: o termo “*bubble-up*”⁸. Essa ideia se refere ao processo em que as tendências que surgem das camadas sociais mais baixas passam a ser o que vai influenciar o consumo. Assim, as referências vindas da moda das ruas (popular/periférico) passam a ser ressignificadas e distribuídas através do processo mais convencional, o que o mercado de moda chama de “*trickle down*”⁹ (Polhemus, 1994).

Em específico, no caso deste estudo, tais características partem de um grupo (os jovens frequentadores do Baixo Augusta) que se constitui por conceitos não hegemônicos diante do *mainstream*, de maneira alternativa, raptos de padrões estéticos que se querem alternativos, exóticos e diferenciados, que se influenciam por tendências de moda e estilo de vida de múltiplas culturas, absorvendo características de diversos períodos do tempo e do espaço na história da música e da moda, tornando o *vintage*/retrô algo vanguardista.

Assim, pensando o consumo como suporte distintivo que agrega valor e legitima, segundo Bourdieu (2007), as práticas de consumo passam a delimitar classes e grupos específicos que consomem determinado conteúdo. Desse modo, os gostos envolvidos nas práticas de consumo, seja um consumo tangível ou intangível, passam a delimitar grupos/classes específicos que consomem algo que os vinculam. Pensando essa distinção em relação aos grupos que consomem os produtos e serviços do Baixo Augusta, tal consumo passa a legitimá-los como consumidores de conteúdos alternativos.

Para que possamos pensar esse consumo em meio às culturas juvenis do Baixo Augusta, Peterson e Kern (1996) nos trazem uma visão diferenciada, utilizando o conceito de consumo onívoro. Em sua ideia de “onivorismo cultural”, os autores trazem uma nova visão à distinção anteriormente conceituada por Bourdieu (2007). Para Peterson e Kern (1996), o onivorismo vai um pouco além das barreiras que delimitam apenas o erudito (“alta cultura”)

⁸ Efeito borbulha (de baixo para cima).

⁹ Efeito gotejamento (de cima para baixo).

como cultura legitimada e distintiva; sendo essa forma onívora de consumo cultural uma prática que sugere e proporciona o consumo eclético de múltiplas culturas (diferentes do grupo de origem dos sujeitos) e o valor distintivo do consumo do que se apresenta como exótico (que esteja fora dos parâmetros hegemônicos).

Sendo a capacidade de inserir esses conceitos e estéticas na cultura hegemônica a principal característica que os torna um polo referencial de hábitos, costumes, culturas e estilos de vida alternativos, tornando o “alternativo” um potencializador da conquista por distinção social através da que está fora da hegemonia. Indo além, buscamos perceber as negociações que se articulam entre o hegemônico e o contra hegemônico, pois o que se percebe é que esse grupo não rompe completamente com o *mainstream*, o mercado e a cultura dominante.

Com base nessa análise, poder-se-ia dizer que a necessidade em se ter bens de consumo e manter determinados hábitos e padrões característicos de um grupo específico demonstra a busca por se distinguir dos demais grupos sociais, de ser aceito e inserir-se nesse grupo, e, muito além disso, destacar-se com autenticidade diante dos membros de seu próprio grupo.

Assim, se mantém o ciclo que faz com que o consumo continue seu “círculo vicioso”. O constante movimento entre novas tendências e conceitos que surgem se materializando em bens de consumo e ritualidades que tornam os antigos hábitos defasados e “obsoletos”, uma sazonalidade quase que instantânea. Na maioria das vezes, o consumo está ligado às massificações momentâneas e ao “imediato” compartilhamento de diversos conteúdos através das redes sociais e outros meios que se transformam em um veículo de comunicação importante. Tal fenômeno é definido por Gilles Lipovetsky (2009) como “sociedade de consumo”, que se faz centrada na expansão de suas necessidades, e que, principalmente, reordena a produção e o consumo de massa.

Um outro olhar sobre o consumo, que deve ser muito mais levado em consideração nesta pesquisa, parte dos conceitos de Garcia Canclini (1999), que pensa as práticas de consumo como algo que vai além da ideia de

alienação e irracionalidade. O autor imagina um consumidor que se apresenta ativo nas escolhas do que consome e como consome, sendo um conjunto composto por vários processos socioculturais, processos esses que são baseados nos usos e apropriações que os grupos/sujeitos fazem a partir de determinados produtos. Ao articular consumo e cidadania, o autor agrega e apura ainda mais o conhecimento a respeito das ciências sociais e humanas sobre o fenômeno do consumo, abrindo novas interpretações e permitindo as construções recodificadas pelos próprios grupos não limitados às fórmulas estratégicas do mercado.

Como teoriza Lurie (1997), por mais que a elite da sociedade contemporânea não se utilize mais de enfeites e adornos extravagantes como plumas e rendas douradas para enfatizar seu status, e as mudanças nos hábitos de consumo estejam superficialmente menos suntuosas, ainda assim, a elite (cultural e econômica), que atualmente tem outra constituição, se mantém como uma forte fonte de conteúdo que se mostra como referência a ser seguida pelos demais grupos sociais. Assim, se pensarmos esses grupos que formam as “culturas alternativas” enquanto influenciadores de novas tendências (não por serem detentores do poder hegemônico, mas por serem formados por referências que estão ligadas ao exótico/alternativo), esses grupos juvenis presentes no Baixo Augusta passam a ser emissores/transmissores das múltiplas referências estéticas de moda, música e estilo de vida não hegemônico, fazendo com que esses grupos se tornem (em partes) uma das fontes de conteúdo que são tomadas como referências pelos demais grupos presentes nos centros urbanos.

A constante busca dos grupos em construir uma imagem identitária e o desejo de se entender e se vincular a tal identidade alternativa, que se quer não hegemônica, torna a formação e articulação das identidades como algo de total importância. Como analisa Hall (2014), essa construção de identidade está composta por um agrupamento de referências que se absorvem e se unem conflituosamente em um mesmo ambiente, permitindo, dessa maneira, um leque de possibilidades de construções de identidades que se formam através do entrelaçamento de tais referências, dando, assim, forma à construção de identidade do grupo. Hall (2000) fala a respeito de três

concepções de sujeitos que daria origem a três noções de identidade: o sujeito iluminista, que se mostra dentro de noções de racionalidade e universalidade; o sujeito sociológico, o qual é pensado como possuidor de uma identidade formada através de interação entre os agentes sociais e a sociedade; e o sujeito pós-moderno, que é aquele multifacetado, que absorve diferentes referências socioculturais obtidas ao longo da vida e tem uma identidade múltipla. Assim, esta última é a concepção de sujeito que parece melhor se adequar para pensarmos os grupos juvenis frequentadores do Baixo Augusta analisados nesta pesquisa. Segundo Slater (2000), são os usos e as apropriações elaboradas por esse sujeito pós-moderno que legitimam e agregam distinção às suas práticas de consumo, colaborando para a construção de sua identidade.

Desse modo, de acordo com Featherstone (1995), para que haja a conquista desse diferencial por parte do sujeito inserido em seu respectivo grupo, é preciso se ater às formas de consumo presentes na contemporaneidade, que se mostram cada vez mais transitórias, tornando a conquista da distinção através do consumo diferenciado ainda mais complexa. Contudo, a distinção pode ser manifestada através das diversas práticas, usos e apropriações do que se consome, elementos que passam a ser mutáveis e ressignificados constantemente.

Pode-se observar que, na atualidade, essas relações se tornam uma das maiores e principais formas de táticas distintivas (Certeau, 1995), talvez ainda se mantenha alguma herança do que se entendia por distinção no passado. Esse princípio de distinção se refere a uma das principais forças que segmentam as classes/grupos sociais, o que colabora para que cada agente social se esquive de grupos indesejados e se adeque onde se deseja estar inserido.

Pensando as questões de consumo e identidade elencadas em relação às práticas mantidas pelos grupos juvenis, segundo Feixa (1996), os estilos de vida mantidos pelos jovens e a maneira com que desenvolvem suas interações sociais coletivamente é o que concebe grande parte de suas identidades. O autor ainda fala que, ao se pensar os grupos juvenis, tem de se levar em conta

a pluralidade de culturas que abrange todo o conceito de juventude, assim como seu caráter flexível, fluido e mutável.

Como visto anteriormente em Williams (1979), para se pensar os processos culturais, há que se levar em conta os elementos residuais, dominantes e emergentes, que, no caso dos grupos juvenis presentes no Baixo Augusta, se mostram em uma coexistência conflituosa. Sendo nas negociações existentes entre esses três pontos onde se torna possível o surgimento de uma cultura propriamente alternativa que se mostra não hegemônica. No entanto, é importante observar que, além das tradicionais características residuais de distinção social que atravessaram os séculos (ligadas aos modelos culturais aristocráticos), poder-se-ia afirmar que, nos dias de hoje, observamos outros valores culturais em jogo. Uma ressignificação do massivo (comum na hegemonia) através de releituras e reinserções de tendências musicais, estéticas e culturais. Como pesquisador, me atrevo a denominar que alguns desses fenômenos revelam uma “gourmetização¹⁰ do banal/corriqueiro/ordinário”, a apropriação de conteúdos, tendências e/ou bens de consumo que norteiam a mais massiva banalidade, inflados de conceitos estéticos e comerciais, previamente esquematizados por estratégias de *marketing* que agregam o valor “inestimável” da experiência/vivência afetiva da conquista.

Segundo Pereira et al (2015), a “experiência de consumo” se refere ao que está vinculado aos sentimentos daqueles que consomem algo, como se dá a absorção das afetividades enquanto consomem um determinado serviço ou produto; já o “consumo de experiência”, por sua vez, está ligado ao lugar físico onde essa experiência acontece, em que o acesso a esse espaço requer algum valor, assim como alguma ritualidade que acontece anteriormente à essa experiência; são as narrativas e as crenças dos grupos/sujeitos diante do

¹⁰ Termo que se origina do francês *gourmet* (em português, conhecedor da alta cozinha), que na culinária significa uma maior elaboração gastronômica, enriquecida e que atende a mais alta exigência do consumidor. Nesse contexto, tomamos como exemplo a valoração dada a produtos e serviços “banais/corriqueiros/ordinários”, como a “Paleta Mexicana” (doce popularmente consumido no México), que foi modificado e reconstruído no Brasil de modo gourmetizado e distintivo.

imaginário construído em torno do acontecimento. O que torna tais experiências o resultado de uma abordagem supostamente distintiva e agregadora, sendo assim, de um poder intangível para quem o vivencia. Entretanto, ao estudar identidades e socialidades juvenis, nos deparamos com uma complexidade maior em que mais aspectos se fazem presentes neste contexto para além da mera banalização. É preciso se atentar para os modos de subjetivação e as apropriações diferenciadas que essas práticas podem estar apontando.

Segundo Hall (2000), em sua conceituação a respeito da construção de identidade na sociedade contemporânea, a construção de identidade está vinculada com as práticas de consumo, sendo esse um dos principais pontos que nos ajudam a perceber e pensar como são formuladas e concebidas as identidades das culturas juvenis presentes nos centros urbanos (Baixo Augusta). Outro aspecto importante é a cultura midiática e todas as suas ambiguidades que permitem a ampliação das possibilidades nas construções de subjetividade dos grupos, e que também legitima-os, dando-lhes uma espécie de “poder” na formação da hegemonia na sociedade. Desta maneira, nossa pesquisa se localiza dentro de um debate que articula identidades, consumo, estilos de vida e cultura a partir da análise de grupos juvenis frequentadores do Baixo Augusta.

Tendo um olhar e uma escuta que percorre os usos e as apropriações dadas aos produtos e serviços oferecidos para esses grupos juvenis frequentadores do Baixo Augusta, a pesquisa toma como foco a cena musical da região, assim como as práticas de consumo de música e moda que ajudam a delinear os múltiplos estilos de vida desses grupos que concebem essa “cultura alternativa”, tendo em vista que a produção fonográfica independente no passado e a música *indie* na contemporaneidade foram elementos que colaboraram para a construção desse “alternativo” que se pretende estudar nesse trabalho.

A música independente, segundo Micael Herschmann (2011), não teria uma ligação direta com as grandes gravadoras da indústria fonográfica, tendo sua origem vinculada às pequenas gravadoras e artistas que propunham um

segmento musical que fugia dos parâmetros do *mainstream*. Na atualidade, porém, o autor aponta um relacionamento mais ativo e constante entre os artistas e produtores, bem como entre as grandes e pequenas gravadoras existentes no *mainstream*. Nos dias de hoje, podemos até apontar o conceito de “independente” na indústria cultural que se refere à música, tendo passado a ser mais um estilo de vida e/ou segmento, que carrega em sua suposta “essência” influências do *hipster*¹¹, *folk*¹² e *underground*¹³, além da cultura *indie* com referências musicais que vão em contrapartida com o que a indústria fonográfica *mainstream* produz.

Segundo Sá (2006), a cena musical é composta pelos gostos e valores, por cenas construídas, identidades e estéticas que colaboram para construir toda uma imagem em torno de um determinado espaço, delimitando algumas características que formam e atribuem uma identidade a essa cena. Xavier Oliveira (2013) se refere ao conceito de cena musical como sendo o que melhor designa a delimitação de um espaço enquanto território sonoro, que envolve processos de midiatização do consumo musical delimitado geograficamente.

A respeito do conceito de território/territorialidade, é o local construído através das afetividades e do imaginário que ultrapassa o espaço dado em que as vivências, as práticas, as experiências e as disputas que envolvem o real e o simbólico colaboram para construir sua identidade (Pereira, 2016). A questão das territorialidades ligadas à música, escuta e identidades dos grupos será mais analisada no decorrer desta pesquisa.

Assim, a partir dessa análise, podemos tomar algo que caracteriza a cena musical e seus fatores, não mais como “independente” no sentido de total autonomia, mas sim como “alternativa”, por ser um segmento que foge dos

¹¹ Termo que se origina da expressão inglesa, hip (em português, descolado ou inovador), palavra frequentemente usada para se referir a um grupo de pessoas com estilo próprio e que habitualmente inventa moda, determinando novas tendências alternativas.

¹² Palavra de origem inglesa (em português, povo) que se refere à denominação de um grupo social, em um sentido caracteristicamente tribal.

¹³ Palavra de origem inglesa (em português, subterrâneo), usada para denominar uma cultura que foge dos padrões normais e conhecidos pela sociedade.

padrões hegemônicos, ainda que dialogue com eles, desse modo, indo de encontro ao que se quer não hegemônico. Seja na música, na moda, nas práticas e socialidades, ou em quaisquer das manifestações culturais nas quais o sujeito/grupo está inserido e desenvolve seu estilo de vida. Dessa maneira, podemos observar as apropriações feitas e suas ritualidades¹⁴.

Complementando a discursão a respeito da construção de identidade, segundo Bauman (2005), ela é algo não permanente, podendo ser alterada e manipulada no decorrer da vida, ao se agregar novas características e destituindo outras. Tornando, assim, o conceito de identidade flexível e possivelmente adaptável dentre a articulação de novas referências absorvidas pelos grupos, como propõe a cultura “alternativa” que se mostra constantemente mutável e camaleônica, ao se utilizar de tendências, conceitos e referências que se destoam entre si, criando um estilo de vida que articula a música e a moda de formas ambíguas.

Dessa forma, a “cultura alternativa” passa a ser uma manifestação cultural, articulando estilos de vida distintivos que constroem suas identidades de maneira seletiva e arquitetada. Em uma leitura readaptada para a contemporânea, a “cultura alternativa” se diferencia destacando-se por fugir dos parâmetros hegemônicos. Passando a reinventar formas de enxergarmos a suposta banalidade explicitada no massivo, e como transformá-lo em algo potencialmente autêntico e inovador, criando formas de socialidade e maneiras de ser e viver que são estéticas e performativas entre esses jovens.

Pensando nas relações mantidas pelos diferentes grupos sociais que fazem parte da modernidade tardia em que vivemos hoje, são suas relações e modos de socialidade que passam a ser interpretados como um catalisador que aguça constantemente a busca dos grupos por construir identidades que se diferenciem ao máximo dos demais, e por conquistar posições que os coloquem em patamares elevados dentro de seu círculo social.

Dessa forma, a apropriação de bens culturais que são relidos e readequados para uma utilidade na contemporaneidade, feita pela “cultura alternativa”, demonstra a presença de tentativas mercadológicas da “gourmetização” e de certa espetacularização de um estilo de vida, que se fixa

¹⁴ Constituem as ações ligadas ao olhar, escutar e ler, que regulam as interações entre os espaços e tempos da vida cotidiana (Martín-Barbero, 2002).

com o surgimento de novos segmentos mercadológicos de produtos e serviços com tais características, e direcionados a esse respectivo público em questão. No entanto, segundo Martín-Barbero (2009), realmente existem as lógicas de produção que planejam e traçam estratégias, mas não podemos esquecer que também existem os usos e apropriações que tornam esses processos mais complexos.

Baseando-se em toda esta problemática, chegamos a alguns dos pontos focais desta pesquisa, que buscam refletir sobre as maneiras pelas quais os grupos juvenis sinalizam formas de socialidade, criando novas/ressignificadas formas de uso da cidade, identidades e pertencimentos; como estas “táticas” de sair do *mainstream* podem ter sentidos políticos, no que se refere a criar outras formas de convivência, de consumo, e de existência.

O QUE É O BAIXO AUGUSTA?

A Rua Augusta está localizada na zona central da capital paulista. É uma rua conhecida pelo seu fluxo constante na cena musical e cultural noturna. Repleta de bares, baladas/casas noturnas, *pubs*, restaurantes, *food trucks*, entre outros estabelecimentos comerciais, como salões de beleza e lojas/galerias de artigos de vestuário e decoração, que atuam nas formas de socialidade. Esta se dá em diversos lugares, indo-se desde estabelecimentos desse tipo, até mesmo nas ruas e calçadas; inclusive é nelas que os grupos se aglomeram nas filas das baladas/casas noturnas ou nas calçadas de bares e *pubs* (muitos ficando por ali mesmo).

Fotografia 01 – Placa

(Rua Augusta)



Fonte: Fotografado pelo autor.

Um outro ponto referencial para essa socialidade é a esquina entre a Avenida Paulista e a Rua Augusta, onde estão localizadas as saídas da estação Consolação da linha 2 verde do metrô (que também dá acesso à estação Paulista da linha 4 amarela do metrô), assim como o “Shopping Center 3”. E é na calçada do shopping um dos principais pontos de encontros onde se aglomeram grupos de jovens que passam horas sentados por lá, interagindo como forma de um “esquenta” para abrir a noite.

Essa região carrega o imaginário de grupos/sujeitos que se mostram híbridos e pluralizados. Esse hibridismo identitário se dá através das trocas desses mesmos grupos, que socializam, compactuam, conflitam, negociam e coexistem no mesmo espaço, intercambiando e compartilhando seus gostos e estilos musicais, referências estéticas de moda, ideologias, práticas e engajamentos que compõem seus estilos de vidas. O Baixo Augusta tem afetividades ligadas à sua identidade enquanto território no espaço urbano, de lugar permissivo e libertador, onde se tem acesso a grupos socioculturais que estão alheios aos padrões hegemônicos (LGBT's; Feministas; Esquerda Política; Subculturas; Prostituição; Drogas/Álcool). Fatores que proporcionam

aos frequentadores dessa região uma experiência mais libertadora, e que os legitima: território onde os LGBT não precisam ser heteronormativos; garotas se embebedam; prostitutas/travestis fazem ponto em meio ao fluxo de pedestres; e usuários de drogas consomem alucinógenos nas calçadas (assim como há a comercialização de doces como brigadeiro e bolo feitos com maconha), sem que haja a intervenção e reprovação direta ou explícita da sociedade hegemônica ou da polícia. Claro que a aceitação não é total e nem vem de todas as partes, porém, parece existir uma maior permissividade a esses fatos no Baixo Augusta.

Segundo Bastos (2016), a Rua Augusta é um polo referencial para seus frequentadores/moradores. A autora pensa suas territorialidades como um sistema em que existem mútuas influências, em que as trocas são retroalimentadas entre o imaginário construído em torno do espaço urbano e as identidades daqueles que frequentam e fazem uso desse espaço urbano. Esse processo acontece de maneira que a identidade dos sujeitos/grupos que frequentam esse território passa a ser o que alimenta a identidade (imaginada) em torno da Rua Augusta, como sendo um centro urbano pluricultural e alternativo. Do outro lado, a identidade (imaginada) construída sobre o espaço urbano da Rua Augusta, passa a ser o que legitima a formação das identidades desses sujeitos/grupos de frequentadores/moradores. Desse modo, Bastos (2016) propõe pensarmos esse processo como “círculo vicioso”, em que as trocas entre ambos os lados se torna permanente e retroalimentada.

Essa noção construída em torno do Baixo Augusta colabora na formulação dessa identidade (imaginada), que vai além do território como espaço físico. Segundo Pereira (2014), há muitas referências *vintage* e retrô na formação das “culturas alternativas”. Pensando as “culturas alternativas” do Baixo Augusta, nelas se apresentam trocas negociadas, colocando-se em pauta elementos residuais e emergentes que não fazem parte dos padrões de hegemonia social na contemporaneidade. Assim, percebemos o *vintage/retrô* e o vanguardista, como elementos referenciais no processo de formação da identidade cultural dos grupos dessa região. No entanto, se faz importante ressaltar que, ao se delimitar o Baixo Augusta em suas condições de cultura

diferenciada (como espaço urbano), os elementos que se mostram residuais e emergentes diante dos parâmetros hegemônicos passam a ser vistos como referências dominantes no que tange ao Baixo Augusta, assim, legitimando a percepção da flexibilidade a respeito do que se entende por residual, dominante e emergente, visto anteriormente em Williams (1979).

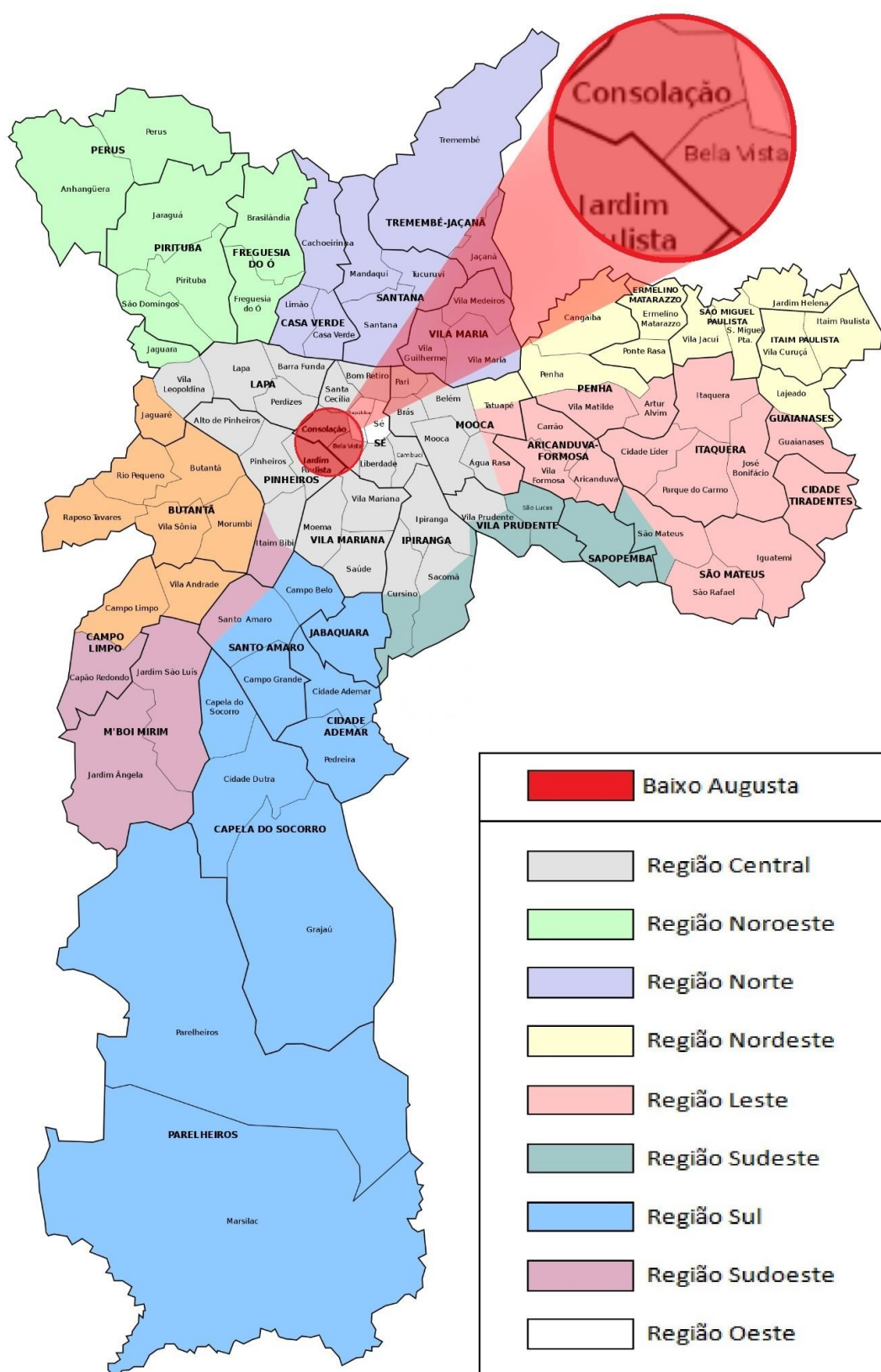
Rocha e Pereira (2016) propõem pensarmos em diferentes formas de ativismos por parte de grupos juvenis engajados que estão presentes nos centros urbanos. Esses ativistas, ainda que mantenham uma base fincada na resistência aos padrões hegemônicos e ao consumo massivo proposto pelo capitalismo, fazem uso das diferentes ferramentas e conteúdos desses mesmos meios, de forma negociada e ressignificada. Desse modo, passamos a observar um fenômeno por parte desses grupos ativistas que demonstram um esforço por buscar alternativas de burlar e modificar (taticamente) o funcionamento do próprio capitalismo e da cultura de massas.

Nesse contexto, notamos como esses grupos juvenis, que resistem ao sistema hegemônico de sociedade e as estruturas pré-moldadas pelo *mainstream* passam a fazer uso desses mesmos elementos produzidos com base capitalista e massiva. Propondo um fenômeno, em que os grupos engajados, resistentes, subculturais, juvenis, e, assim, alternativos ao que se entende por hegemônico absorvam essas referências de maneiras diferenciadas, dando novos usos e apropriando-se do que vem do massivo, e, assim, ressignificando essas narrativas capitalistas de maneiras alternativas ao que se propunha.

Desse modo, é possível observar como se estrutura essa “cultura alternativa” presente no Baixo Augusta. De maneira resistente, maleável e negociada, onde, por um lado, não se faz de todo contra hegemônica por também fazer uso do que o *mainstream* promove, mas que, por outro lado, não se mostra hegemônica por não absorver essas referências do *mainstream* de maneira absoluta, propondo, assim, pensarmos em um processo não hegemônico, que permite negociações flexíveis (ainda que conflituosas) por todas as partes envolvidas no processo.

Mapa 02 – Cidade de São Paulo

(Localização do Baixo Augusta)



Fonte: Elaborado pelo autor

1 UNDERGROUNDS, INDEPENDENTES, ALTERNATIVOS: MARCOS TEÓRICOS PARA PENSAR AS CULTURAS JUVENIS

1.1 GRUPOS JUVENIS: PRÁTICAS E RITUALIDADES NÃO HEGEMÔNICAS.

Neste capítulo, faremos uma discussão teórico-conceitual a respeito dos conceitos centrais da pesquisa, a fim de apresentar o debate e delimitar temas focais que iremos abordar durante a dissertação, tais como: o conceito de culturas juvenis, por serem esses os grupos a serem estudados em lócus ou perspectiva privilegiada para se observar os fenômenos midiáticos contemporâneos; o conceito de identidade, sendo ele o que permite compreender como se dá o processo formativo dos grupos/sujeitos que interagem, negociam e articulam formas alternativas para ser/viver; o conceito de cena musical, que nos permite compreender como se desenrolam as interações que propomos estudar nos entornos do Baixo Augusta; o conceito de alternativo, e suas relações com o *underground*, o independente e o *mainstream*.

Para que se possa discutir a respeito dos grupos juvenis alternativos que compõem o circuito do Baixo Augusta, e que carregam em suas identidades resíduos da cultura *underground* e independente que sempre se mostrou conflituosa aos padrões hegemônicos da sociedade, é preciso perceber como se dá a formação dos grupos juvenis urbanos na contemporaneidade. Feixa e Porzio (2003) tratam das culturas juvenis nos centros urbanos da Espanha, traçando uma linha histórica, desde a década de 1960, até o início dos anos 2000. Alguns de seus questionamentos podem ser usados para pensarmos as culturas juvenis formadas atualmente no centro urbano da cidade de São Paulo, mais especificamente, na Rua Augusta e suas imediações.

Segundo Feixa (1996), as práticas dos grupos juvenis, assim como a maneira com que desenvolvem suas interações sociais e a socialidade em coletivo, é o que potencializa grande parte da formação de suas identidades. Além disso, é importante ressaltar que, dentre os grupos juvenis, existe uma pluralidade cultural que engloba a categoria “juventude”, e que pode vir a se

mostrar maleável, mutável e flexível, permitindo trocas e reestruturações ainda mais frequentes na formação de suas identidades.

Desse modo, Feixa e Porzio (2003) posicionam as culturas juvenis como grupos que mantêm relações conflituosas e que geram atrito no que se refere às questões que envolvem seu engajamento por temas como política, sociedade e cultura. Para eles, a identidade construída em torno das culturas juvenis e suas representações se dão através da resistência. Esse raciocínio dialoga de maneira clara quando o aplicamos aos grupos juvenis estudados nesta pesquisa, podendo-se observá-lo nas múltiplas formas encontradas pelos alternativos do Baixo Augusta para resistir e ressignificar o que absorvem da cultura *mainstream*.

Sendo assim, voltamos nossos olhos ao Baixo Augusta, sua trajetória histórica e sua representatividade na contemporaneidade. Esses referenciais, em torno desse circuito, vêm tomando forma através de resistências construídas pelos grupos de frequentadores (ligados às culturas juvenis) e por toda a estética que envolve o bairro, criando a representatividade ao redor de seu território, sendo este formado pelo que está ligado ao valor dado e aos usos do espaço (Santos, 1999). Esses grupos juvenis, que dialogam com influências de engajamento e resistência, trazem seus ideais, identidades, estilos, gostos, práticas, e dão usos ao espaço urbano como território (Feixa e Porzio, 2003), agregando-lhes aspectos ligados ao independente, ao *underground* e aos diferentes tipos de ativismo contemporâneo, em que as dimensões políticas não se separam dos aspectos da cultura de consumo, das estéticas, das socialidades e modos de estar junto.

É importante ressaltar que, pensando as culturas juvenis na contemporaneidade, sua representação em torno à resistência presente na identidade (imaginada) do Baixo Augusta passa a se mostrar flexibilizada (no entanto, sem deixar de articular oposição ao *mainstream*), expandindo-se a múltiplas e mutáveis maneiras de se resistir e ser ativista de outras formas e em outros contextos, não necessariamente de forma completamente oposta, mas sim abrangendo um leque de possibilidades que tornem a resistência

negociável, adaptável e/ou dando novos usos e apropriações que ressignifiquem aquilo ao que esses grupos juvenis se opõem.

Borelli e Rocha (2005) apontam que um dos elementos que ajudam a conceituar e definir a noção que se tem a respeito da juventude/culturas juvenis é a própria diversidade presente nas condições características desses grupos/sujeitos. As autoras retratam a juventude como sendo uma categoria capaz de englobar toda a pluralidade sociocultural presente nas diversidades construídas pelas relações desses grupos juvenis em meio a suas territorialidades. No entanto, as autoras apontam também que, para conceituar jovens/juventudes, temos que observar a existência das semelhanças universais entre esses grupos, indo para além da noção de individualidades, visto que a coletividade construída através de práticas, estéticas e linguagens dos grupos juvenis também é elemento que ajuda a caracterizar e definir a juventude/culturas juvenis como categoria social.

Feixa e Porzio (2003) apontam que existe uma relação entre a segmentação dos grupos juvenis e os gêneros musicais que os mesmos ouvem: não que apenas os grupos se fechem por se espelharem nas bandas e grupos musicais que ouvem, mas também são as bandas e grupos musicais que se moldam aos diferentes grupos juvenis. Ao pensarmos como se dão essas relações entre gêneros musicais, como um elemento que direciona a segmentação dos grupos juvenis, é importante perceber que existe um diálogo que media e negocia essas trocas nesse processo; são as divisões/agrupamentos potencializados pelas diferenças/semelhanças das culturas juvenis que se dão através dos diferentes aspectos culturais, sociais e padrões estéticos presentes no gosto, que passam a segmentar grupos formados por atores que trocam experiências, vivências e gostos semelhantes, causando seu agrupamento, porém, de maneira segmentada, onde cada grupo apresente suas características e identidades.

Essas culturas juvenis são formadas por grupos de agentes sociais que percebem entre si alguma semelhança, seja nos gostos musicais, na estética construída pela moda, nas práticas de consumo ou nas socialidades que compõem seus estilos de vida, que se referem ao conjunto de ações e/ou

hábitos que são reflexos dos valores relevantes para cada sujeito/grupo (Nahas, 2001), estando vinculados a diferentes elementos culturais, sociais, econômicos, ambientais, educacionais, religiosos, políticos etc. Fatores estes que ajudam na formação de suas identidades. São essas semelhanças e características que atraem esses agentes culturais a se agruparem. Velho (1995) aponta também que o estilo de vida presente nos centros urbanos modernos tem como uma de suas principais características a não-linearidade no que se refere aos padrões normativos dos estilos de ser/viver como forma única e/ou predominante.

Seguindo o conceito de culturas juvenis e pensando o Baixo Augusta, é em meio a ampla variação de diferentes estéticas, imagens e identidades formadas por distintos grupos juvenis que se segmentam variadas vertentes da música e da moda, ajudando a construir seus estilos de vida, o que torna o Baixo Augusta um território repleto de diversidades culturais. Pensamos esses espaços urbanos como um território vivido e experimentado cotidianamente, pois é nesse lócus em que se desenvolvem as dinâmicas de socialidade (Herschmann e Fernandes, 2014), que são formadas por esses grupos juvenis, trazendo ao espaço urbano um diferencial que permite que existam trocas, confluências e articulações negociadas (ainda que conflituosas) entre esses grupos, havendo possibilidades de reflexão sobre diversificadas formas do que se pretende por “culturas jovens alternativas”, que se mostram híbridas e camaleônicas.

Desse modo, pensando as culturas juvenis através do olhar de Reguillo (2003), temos as culturas juvenis como sendo uma manifestação que se caracteriza por seu aspecto múltiplo e mutável, que incorpora, descarta e mistura signos, referências e estilos, para, assim, compor suas identidades. A autora caracteriza as culturas juvenis como sendo produtoras constantes de novos emblemas e símbolos que são mudados, readaptados e reestruturados constantemente, dando-lhes novas formas ressignificadas. Trata-se de algo que agrega aos grupos jovens um aspecto maleável (mutável), que salienta suas ambiguidades e contradições.

Com base nesse olhar sobre as culturas juvenis que formam a cena do Baixo Augusta, é importante ressaltar que esses grupos e seus agentes sociais têm na construção de suas identidades referências de diferentes culturas em constante atrito e negociação, o que propícia o surgimento de hibridismos; sendo esse território um espaço em que os diferentes estilos presentes nas culturas juvenis se encontram, negociam e socializam. Assim, o espaço urbano composto pelo circuito da cena musical do Baixo Augusta mostra-se como um lócus que não apenas permite que essas confluências culturais aconteçam, mas que também proporciona esse intercâmbio entre grupos por híbridos gêneros musicais, referências de moda e práticas de estilos de vida distintos, abrigando-os em um só espaço.

São socialidades como essas que exemplificam e nos permitem pensar o conceito de “ponto de sutura” de Stuart Hall (2000). Este conceito nos ajuda a identificar as características presentes na forma com que esses grupos juvenis socializam e negociam sentidos de maneira conflituosa. Essa teoria apontada por Hall (2000) será retomada e aprofundada durante este capítulo.

Reguillo (2003) nos propõe pensar com base nos estudos teóricos e metodológicos a respeito das culturas juvenis na contemporaneidade, enfatizando que os jovens são grupos que vêm apresentando capacidade de negociação com sistemas e instituições, propondo novas formas de se relacionar com as estruturas dominantes, através de negociações e ressignificações daquilo que é absorvido.

É possível observar que tal processo se aplica ao engajamento das culturas jovens do Baixo Augusta, que se mostram resistentes e mantêm um diálogo conflituoso tanto com o sistema social e político, quanto com o mercado e a cultura mais ligada ao *mainstream* musical e da moda. No entanto, são culturas que articulam táticas e negociações que permitem absorver e repelir, em parte, a cultura hegemônica, propondo novos usos e apropriações. Como exemplo, citamos: o uso de elementos que parecem legitimar a identidade construída em torno ao “alternativo” (como releituras de quadros com a imagem da Frida Kahlo estampada em diversos produtos), por um lado sendo algo

usado como forma de protesto, engajamento e empoderamento feminino, e por outro, consumido como produto pensado e produzido pelo mercado.

Dentre as estratégias adotadas para o estreitamento de vínculo com o público leitor, a mídia jovem (telenovelas e séries de TV ligadas ao público jovem; práticas e estética construída por *youtubers* e blogueiros, representação de marcas através das redes sociais e revistas direcionadas às culturas juvenis etc.) propõe aos leitores a criação de todo um cenário ou cena interpretativa na qual se articulam (de modo sequencial, relacional e pouco hierárquico) diferentes fragmentos de visualidade e variadas proposições de visibilidade. Tal recurso faz ressoar modelos ideais de comportamento, sugestões acerca de estilo de vida, parâmetros de apresentação corporal e, obviamente, um verdadeiro álbum imagético que se oferece como referencial para construções identitárias e delimitadoras.

Rocha e Silva (2007) abordam a respeito do “corpo” e suas narrativas, quando se trata dos grupos juvenis. As autoras relatam que, apesar dos jovens estabelecerem uma relação conflituosa com o seu corpo, é através dele que passam a ter uma experimentação do mundo. Essa “experimentação do mundo” pode se manifestar de forma particular ou expressiva. Em outro momento, Rocha (2012) aborda o corpo como sendo um importante espaço não ideológico, que serve de ferramenta performativa para as culturas juvenis. A autora relata que gestos como postura mantida pelo corpo se mostram como uma forma de manifestação política. Essas manifestações podem estar atreladas às estéticas construídas pela moda identitária desses grupos juvenis, como forma de legitimação aos mesmos.

Rocha e Silva (2007) dialogam com Morin (2004) para apontar algumas características em torno do comportamento das culturas juvenis, como alguma recusa por parte dos jovens em tomar como referência as experiências de vida de outras pessoas e gerações, havendo a necessidade de construir e buscar vivenciar suas próprias experiências, assim como a tendência a aderirem a novas ideologias e praticá-las; a tendência à rebeldia e à negociação do antigo tradicional, entre outros aspectos característicos das culturas juvenis. Assim, podemos observar que as culturas juvenis contêm um elemento de

transgressão (de certo modo) aos padrões hegemônicos presentes em seu cotidiano.

Porém, ao se pensar o comportamento dos grupos juvenis do Baixo Augusta e a valoração dada ao retrô/*vintage*, temos algumas diferenças, pois essa valorização dos significados, imagens e representações, apesar de estarem ligadas ao passado e às experiências vividas por outras gerações, hoje são ressignificadas e inseridas nesse contexto alternativo formulado pelos grupos juvenis da Rua Augusta, assim como os novos usos e apropriações desses referenciais do passado, fazendo com que tais referências possam ser vinculadas ao presente. O que se percebe nos grupos analisados nesta pesquisa é uma valoração de elementos do passado, escolhidos como componentes a serem usados no presente, salientando os conflitos existentes entre temporalidades em que o presentismo se alia a uma certa cultura da memória (Pereira, 2015).

Essas questões vinculadas ao passado e às identidades e estéticas retrô/*vintage* se vinculam ao consumo existente no circuito do Baixo Augusta. Essas referências se fazem presentes em diversos patamares e estão vinculadas ao segmento (que se forma) direcionado aos grupos juvenis alternativos. A valoração dada a esses elementos do passado passam a legitimar e dar identidade ao que se pretende não normativo e fora dos padrões do *mainstream*.

A cena musical construída em torno ao Baixo Augusta e os gêneros musicais passam a se tornar uma ferramenta para delimitar grupamentos entre as culturas juvenis. Janotti Jr. (2003) relaciona a escolha por determinados gêneros musicais como forma de gerar pertencimento a respectivos grupos presentes nas culturas juvenis, sendo as práticas de consumo desses grupos específicos o que lhes dá legitimação dentre os diferentes níveis de distinção social, segmentação de grupos e/ou estilos de vida e estética de moda presentes na cultura jovem. É através das escolhas, usos e apropriações feitas por esses agentes sociais que os grupos juvenis se segmentam criando suas identidades.

Outro aspecto importante, ao pensarmos as construções identitárias e segmentação dos jovens em grupos, se dá através da identificação imagética conquistada através da estética. Rocha (2009) aborda, em seu texto, a respeito da potencialidade obtida pela imagem no que diz respeito à contemporaneidade e à cena urbana. A autora propõe refletirmos sobre o consumo através das referências promovidas pelo que engloba a estética em torno da imagem, e pela própria imagem como suporte. Desse modo, é possível perceber que, no consumo cultural mantido pelos agentes que formam as culturas juvenis presentes no Baixo Augusta, a imagem representada pela influência estética da moda tem o poder de direcionar e segmentar grupos. Observamos uma cultura da visualidade ocupando os espaços culturais, midiáticos e o dia a dia dos sujeitos.

Ao pensar as práticas de consumo dos grupos juvenis, Rocha (2012) supõe como sendo um campo onde se desenrolam as vivências intensivas, lócus onde os agentes culturais articulam formas de construir e auto definir suas representações identitárias. Esse consumo apontado pela autora é visto como privilégio de diferenciação manifestado nas culturas juvenis, como forma de legitimar estilos de vida distintos, apropriações e ressignificações. Tal consumo permite que seja possível desenvolver uma leitura sobre os usos e práticas culturais.

Desse modo, se faz importante ressaltar as relações, negociações e trocas que convergem por meio da socialidade existente entre esses grupos/sujeitos, como ferramentas para se analisar suas práticas de consumo (Janotti Jr., 2003). Ao pensarmos esse referencial, visando as culturas juvenis presentes no Baixo Augusta, assim como suas práticas de consumo musical, é possível perceber como a música se torna uma ferramenta que permite aos grupos/sujeitos diferentes direcionamentos e vinculações com base em referências que vão além dos gostos musicais, mas que englobam as práticas de consumo de moda e os hábitos que permeiam seus distintos estilos de vida, para, assim, construir suas próprias identidades, signos, estéticas imagens e representações em torno dela.

Rocha e Silva (2007) retratam as práticas de consumo dos jovens muito ligadas a um consumo simbólico, que se relaciona, especificamente, com a posição que esse consumo os outorga na sociedade e os insere em respectivos grupos. Tal consumo se relaciona diretamente com a estética transmitida através da moda e seus gostos por determinados gêneros musicais, que agregam a esses jovens a construção de uma identidade, formulada por uma representação imaginada no meio social a respeito de determinado gênero musical e/ou vínculos aos signos presentes na moda que comporta esses gêneros.

Seguindo os conceitos a respeito da experiência/vivência do/no consumo trabalhados por Pereira et al (2015), é possível perceber que esse consumo simbólico se dá por uma valoração da experiência em si, seja no que o consumo de determinado produto e/ou serviço possa trazer para esses grupos/sujeitos, seja nas afetividades mantidas em torno da experiência que esse consumo possa proporcionar.

Direcionando a atenção ao consumo e às práticas mantidas pelos grupos juvenis do Baixo Augusta, as experiências estão muito relacionadas às suas identidades. São os usos, apropriações, práticas e vivências que se desenrolam nesse circuito sociocultural que constroem processos identitários, assim como a partir das experiências de consumo e dos consumos de experiências (Pereira et al, 2015). As práticas de consumo colaboram para esse processo, no que diz respeito não apenas ao tangível e intangível (como produtos e serviços), mas também no que se refere ao consumo do que não se estabelece como um valor concreto (como vivências e afetividades). As afetividades, construídas em torno da imagem e representação cultural da região, é forma de consumo cultural que se dá nas trocas e negociações entre os próprios grupos, tornando-se, assim, formas de absorver as referências uns dos outros, derivadas do consumo musical e do conteúdo de moda que formam seus diferentes estilos de vida.

No que diz respeito à resistência, e como se dão suas práticas e processo de formação diante dos padrões hegemônicos socioculturais, esta noção é central para se entender os grupos alternativos do Baixo Augusta. A

resistência é um conceito já bem definido pelos estudos culturais britânicos. Segundo Escosteguy (2011), se relaciona com uma perspectiva gramsciana da cultura, como sendo um espaço onde se dão articulações, apropriações e negociações fincadas na resistência e em lutas e disputas conflituosas; um campo movediço que articula sedução, cumplicidades, modos de resistir e incorporar elementos da cultura hegemônica.

Esse processo é também analisado por Freire Filho (2005), que retrata a resistência (pensando as culturas juvenis, onde a resistência se mostra ainda mais discutida desde a segunda geração dos estudos culturais britânicos nos anos 70 do século XX), devendo ser pensada, na atualidade, como um processo maleável que pode atingir outros níveis. Segundo o autor, a resistência presente nas culturas juvenis pode estar atrelada aos mais diferentes eixos que compõem um grupo, seja em uma revolução que afeta e mobiliza todas as camadas e grupos sociais, seja no estilo alternativo (não convencional em seu meio) em que o sujeito se veste ou se comporta para construir uma identidade díspar ao que se mostra na hegemonia social. Em outras palavras, o autor alerta para o quanto a noção de resistência entre grupos juvenis deve ser pensada em meio à cultura do consumo.

Ainda seguindo os estudos culturais britânicos, Raymond Williams (1979) nos propõe pensar sobre como se dão os processos históricos e a dinâmica temporal nas culturas, com os conceitos de “residual”, “dominante” e “emergente”. O residual é tudo aquilo que já não se faz dominante, mas que ainda se faz presente de maneira residual, como resquícios advindos da cultura/sociedade formada anteriormente; o dominante, sendo aquilo que se faz presente de maneira central e hegemônica; o emergente, que é o que surge de maneira diferenciada ao que se faz dominante, estando ligado a um conceito de “atual”/“inovador”. O principal aspecto proposto por Williams (1979), ao estipular esse tripé nas estruturas sociais, é a possibilidade de uma circulação entre eles, onde o residual possa transformar-se em dominante, ou que o emergente se torne dominante, ou não, se tornando diretamente algo residual, ou, até mesmo, o dominante sendo ressignificado de maneira a ser emergente, havendo, assim, diversas possibilidades de se pensar a formação das

sociedades e de seus grupos e várias temporalidades e elementos culturais em luta por hegemonia.

O agenciamento da resistência pode ser impulsionado através das afetividades vivenciadas nas experiências dos grupos sociais que se encontram em uma posição de “oprimidos” (dentro de seu contexto social), e essa posição pode estar ligada à aversão que esses grupos apresentam diante dos parâmetros hegemônicos do sistema. Desse modo, tendo em vista que (nesse contexto) são as classes e grupos dominantes que detêm o poder, os subalternos passam a serem vistos de maneira inferiorizada pelos grupos dominantes, o que se torna um escape que passa a alimentar a resistência por parte do subalterno. Assim, o desejo por “emancipação” sociocultural faz com que a resistência carregue um anseio utópico, potencializado, que vislumbra em suas origens uma força radical, engajada e ativista contra os padrões sistemáticos hegemônicos.

Podemos raciocinar sobre isso ao direcionar a atenção para a produção musical independente no Brasil. Fernandes Oliveira (2002) relata que o desenvolvimento da produção independente em São Paulo já se fazia presente em meados das décadas de 80 e 90 do século passado. Essa produção independente já tinha um público segmentado para o qual esse mercado se direcionava (em sua maioria, estudantes universitários dos cursos de humanas, relativamente intelectualizados, tendo como origem a classe média). Passam-se, assim, a se tornar legitimada e a ter uma valoração estas produções feitas de maneiras alternativas (independentes), paralelamente ao *mainstream* (caracterizando-se como “contra *establishment*”¹⁵). Desse modo, o fato dessa produção fonográfica independente ir contra a ordem ideológica, política e legal que constituía a sociedade da época torna esse mercado de música independente (bem como o próprio conceito), um processo que apresenta características resistentes, e, por definição, um meio de resistência social.

Nas duas últimas décadas, entretanto, o posto ocupado, até então, pelo nomeado “independente” passa a ser referido hoje como “alternativo”. Esse

¹⁵ O termo inglês *establishment* refere-se a uma estrutura ideológica, econômica e política que constitui uma sociedade e/ou um estado.

processo de transição se faz a partir do momento em que é construída uma imagem representativa do que se entende por independente, ora por meio dos grupos sociais que o consomem e o produzem em um processo de confluências retroalimentadas, ora por meio do mercado que o promove, formulando estratégias que lhe agreguem valoração distintiva a fim de comercializá-lo. Na atualidade, a nomenclatura “alternativo” se mostra muito mais coerente com a realidade, por ser uma cultura que dialoga e negocia constantemente com o *mainstream* e a resistência dos grupos que o consomem. É no alternativo em que se tornam aceitáveis as trocas e negociações com o *mainstream*, tornando a resistência um suporte que possa ser moldável e mutável diante das condições apresentadas (Herschmann, 2011). Assim, a música independente, segundo Herschmann (2011), em sua origem, não teria uma ligação direta com as grandes gravadoras da indústria fonográfica, tendo sua origem vinculada às pequenas gravadoras e artistas que propunham um segmento musical que fugia dos parâmetros do *mainstream*. Contudo, na atualidade, o autor aponta um relacionamento mais ativo e constante entre os artistas e produtores com as grandes e pequenas gravadoras existentes no *mainstream*.

O processo de transição da produção independente, que veio a se tornar o *indie* como sendo um gênero musical presente no *mainstream*, e o surgimento dessa “cultura alternativa”, mostrou-se maleável, mutável e flexível em suas negociações. Passamos a analisar o processo de valoração do alternativo, que agrega distinção no campo musical, observando o *indie* passando a se tornar um gênero musical que legitima as práticas desses grupos alternativos, agregando-lhes valor distintivo dentre os grupos presentes nas culturas juvenis.

Sá (2010) fala do conceito de independente na atualidade como sendo um lócus onde os agentes desfrutam das liberdades estéticas que essa produção alternativa propicia, resistindo e flexibilizando negociações ao mesmo tempo, articulando entre os diferentes referenciais presentes na “cultura

alternativa”, e nas produções das *majors*¹⁶ que fazem parte do *mainstream*. Desse modo, tais sensações são criadas a partir dos usos e apropriações mantidos pelos sujeitos (consumidores), por estarem seguindo paralelamente o *mainstram*, assim como a crença de que os produtos que consomem estão/são totalmente alheios aos padrões hegemônicos e às *majors*. É importante ressaltar que esses sujeitos também consomem aquilo que produzem, sendo co-produtores e peças fundamentais desse processo produtivo da indústria fonográfica, tornando a separação entre produtores/receptores menos nítida (Pereira, 2016), ideia que aprofundaremos mais à frente no texto.

Voltando-se para o processo fonográfico, que já não apresenta características apenas independentes, mas também ressignifica toda a imagem e representação das produções independentes para construir uma identidade do que se quer “*indie*”, diz-se que ele está mais próximo de um “estilo alternativo” que se mostra em processo de formação. O fato desse alternativo ser um processo que se origina das convergências negociadas, entre as *majors* e independentes, o torna um fenômeno que tem, por sua própria definição, uma articulação flexibilizada, obviamente que tais negociações não são totalmente fluidas, e que existe, nesse processo, um grau de conflito e relações de poder. São essas características que reforçam o conceito de Stuart Hall (2000). Ao pensarmos o alternativo e sua permanente ressignificação, temos uma definição do conceito “sob rasura”, pensado pelo autor, existindo, no processo de formação das “culturas alternativas”, trocas e ressignificações que nunca se dão por consolidadas. Stuart Hall (2000) ainda sugere o conceito de “ponto de sutura”, que enfatiza o processo de negociações e resistências em convergência, não de maneira fluida, mas sim de forma conflituosa, onde o conflito e a negociação permitem que as mesclas se tornem cada vez mais profundas na trama cultural.

Assim, ainda que os grupos/sujeitos (ativistas e engajados) frequentadores do Baixo Augusta acreditem que os produtos/serviços que consomem sejam fruto de produções totalmente independentes e alheias ao

¹⁶ Termo que se refere às grandes produtoras culturais, que contam com os processos do mercado para serem executadas.

mainstream, essa não é de fato uma verdade absoluta, já que existe uma relação negociada nesse meio. Tal ideia não é de todo equivocada. Sabemos que existe um consumo desses agentes sociais do que o mercado e o sistema oferecem, no entanto, é importante frisar que existe uma produção por parte desses consumidores também, em que se articulam trocas e negociações entre os grupos de consumidores/produtores. No caso do Baixo Augusta, é comum observar jovens empreendedores que frequentam a região e que encontraram lá um segmento de mercado para seus produtos e serviços, muitas vezes ligados às áreas de atuação da música, moda e *design* de interiores.

Ao se delimitar os conceitos vistos anteriormente, passamos à perspectiva de Garcia Canclini (2015), que conceitua o sujeito a partir das trocas e intercâmbios de diferentes culturas e referências que são absorvidas, sendo elas de cunho social, cultural, econômico, hierárquico, intelectual etc.; fazendo com que essas trocas eclodam em um nível global a partir das convergências desses referenciais. Assim, esta noção de sujeito aplica-se quando pensamos as confluências e trocas de conteúdo que concebem essa “cultura alternativa” no consumo e na produção fonográfica. Partindo dessa conceituação de Garcia Canclini (2015), articulamos uma linha de pensamento que propõe que na atualidade existam maiores possibilidades de compor novos padrões formados por diferentes combinações, pelo fato da globalização proporcionar novas e inimagináveis convergências entre culturas em um nível mundial, naquilo que o autor chama de interculturalidade.

Essas referências, vindas de múltiplas culturas, que se encontram convergindo em um emaranhado cultural e têm de negociar sentidos, proporcionam novas e múltiplas combinações reestruturadas dessas culturas, tornando o alternativo enriquecedor, composto de múltiplas, mutáveis e flexíveis identidades pluralizadas. No entanto, há que se ter em mente que essas trocas não se dão pacificamente, mas também apresentam conflitos e resistências que negociam sentidos e espaços.

Segundo Garcia Canclini (2015), que propôs pensar o conceito de interculturalidade a partir das múltiplas culturas globais, as identidades construídas em torno dos grupos/sujeitos são formadas na contemporaneidade

através de processos entre trocas culturais variadas. Essas trocas socioculturais entre grupos/sujeitos se dão através do fluxo proporcionado por tecnologias derivadas do processo de globalização. Desse modo, passamos a observar a interculturalidade como consequência das trocas e propagações de referências, conceitos, imagens e representações distribuídos globalmente pela indústria cultural.

Com base nessas articulações teóricas, nos propomos a pensar que, na sociedade contemporânea e em suas tecnologias, encontramos a possibilidade de construirmos nossas identidades com base não apenas nas referências presentes nas culturas em um nível local (onde nascemos e somos criados), mas também dispomos de uma vastidão de repertórios simbólicos e modelos socioculturais em um patamar global, onde fluxos locais e globais se encontram entre negociação e conflito.

Observando o conceito de globalização, pensado sobre as construções de identidade e sugerido por Stuart Hall (2014), o impacto causado pela globalização, no processo de construção de identidade, seja do sujeito ou do grupo, é que tanto o tempo quanto o espaço incidem diretamente na concepção da identidade obtida, já que são eles os elementos que norteiam todos os referenciais (escrita; pintura; desenho; fotografia; simbolização; arte/telecomunicação) envolvidos como uma espécie de coordenada. Desse modo, observamos que o espaço global permite que essas interações se deem por infinitas combinações.

Ainda seguindo Hall (2014), temos uma concepção de identidade construída pelo sujeito através das interações dos mesmos com os grupos que lhes servem de referências, não sendo autossuficientes, e dependendo desses elementos absorvidos para que possam dar forma às suas identidades. Complementando, García Canclini (2015) conceitua as construções de identidades na contemporaneidade, como uma pluralizada confluência de culturas globais que podem ser cruzadas e combinadas, moldando e concebendo sujeitos interculturais/híbridos. Na sociedade em que vivemos hoje, pensando seus fluxos globais e locais, as formações não se limitam apenas às referências culturais da sociedade de origem, mas vão mais além,

fazendo uso, apropriando-se e ressignificando um vasto repertório simbólico disponibilizado.

Desse modo, a construção de identidades formadas pelos grupos na atualidade nos permite uma ampla visão do sujeito contemporâneo. Esse sujeito se depara com referências e influências de diferentes culturas, em um nível global, vindas de todas as direções. Cabe a ele resistir, negociar e articular táticas que o ajudem a selecionar e/ou adaptar-se às diferentes referências /influências que coexistem e se colidem em seu meio. No entanto, ainda que se tenha uma autonomia por parte do sujeito em delinear as características de sua própria identidade, o ambiente externo e as influências que incidem sobre ele (grupo social que está inserido; serviços e produtos do mercado que consome; o que as mídias lhe apresentam) passam a ser fatores que vão, também, manter um poder de interpelação no processo dessa construção de identidade.

Essa flexibilidade existente, que é permitida a partir das múltiplas escolhas proporcionadas pelo global, passa a propiciar o surgimento de identidades híbridas, formadas a partir das confluências culturais ou estilos de vida. Assim, essas identidades que se adaptam enquanto se moldam de acordo com as diferentes situações, ora resistindo, ora articulando negociações, são parte de um processo muito mais complexo, que envolve, em um nível global, as confluências culturais que se convergem através de relações com atrito.

Pensando esses fatores socioculturais, Stuart Hall (2000) nos sugere a noção de identidade “sob rasura” para pensar o processo de construção de identidade de grupos/sujeitos. O autor conceitua uma forma de concebermos essa construção como um processo inacabado, que demonstra estar em constantes reestruturações e mudanças por parte dos agentes sociais e seus grupos. Esse olhar nos ajuda a observar como as identidades construídas na contemporaneidade (mais especificamente, no Baixo Augusta) apresentam frequentes mutações/adaptações, a fim de se moldar e reconstruir, com base nas novas referências que são absorvidas através do tempo, fugindo de uma noção de identidade fixa, estável, fechada em si mesma e dada a priori.

Esse processo construtivo “sob rasura” se dá, seja pela vastidão de culturas que temos acesso na vida dentro dos centros urbanos (além do fenômeno da globalização), seja pelas mudanças frequentes em nossos gostos e nas referências socioculturais (modismos e novas tendências). Esses poderiam ser alguns dos fatores que tornam a construção das identidades dos grupos/sujeitos contemporâneos um processo “sob rasura”.

Pensamos a formação do alternativo como uma cultura que absorve de múltiplas outras culturas, assim como pelas relações conflituosas e pelo atrito formado entre essas relações, presentes desde as referências estéticas, até mesmo devido a padrões na vivência e socialidade entre os grupos sociais. São essas as trocas e relações conflituosas entre os agentes sociais que concebem o alternativo enquanto formação sociocultural presente no Baixo Augusta, através de confluências negociadas que propiciam novas codificações e ressignificações das várias referências. São essas trocas ressignificadas que tornam possíveis as mesclas culturais entre esses grupos juvenis, que se apropriam uns dos outros e geram novos usos, significados às suas práticas culturais e identitárias.

Pereira e Borelli (2015) argumentam que o “alternativo”, nas culturas juvenis, se mostra como um processo em construção e é relacional, um conceito que está em constante argumentação e que forma um “ponto de sutura”, ligado às práticas midiáticas, culturais e de consumo tidas pelas culturas juvenis contemporâneas, e que está ligado à formação de identidades. Assim, passamos a perceber a “cultura alternativa” como um processo em constante mudança e adaptação, que se forma a partir da mescla de fragmentos que um dia já fizeram, e/ou que ainda fazem parte, de outras estruturas socioculturais, dando origem a culturas híbridas e ressignificadas.

1.2 ALTERNATIVOS: TRANSGRESSÃO DISTINTIVA

A música e o cenário musical nas práticas juvenis do Baixo Augusta são parte dos elementos que guiam a análise desta pesquisa. Através de uma

perspectiva que percorre os usos e as apropriações dadas aos produtos e serviços oferecidos para esses grupos juvenis que frequentam e fazem uso do circuito musical do Baixo Augusta, a pesquisa busca analisar a indústria fonográfica, a fim de perceber a trajetória da produção fonográfica independente, que vem a se tornar o “*indie*” como um gênero musical na atualidade, sendo esses parte dos elementos que colaboraram para a formação do que se pretende por “culturas alternativas”, questão que aprofundaremos no capítulo 2.

É importante ressaltar que a indústria fonográfica, ainda que dividida entre grandes e pequenas gravadoras, é parte de processos de negociações entre as mesmas, ainda que a produção independente inflada de resistência exista, as negociações entre o *mainstream* e as iniciativas das gravadoras independentes também se fazem presentes desde seu surgimento (Herschmann, 2011).

Nesse processo de trocas, os consumidores/públicos também estão inseridos, dando vasão a uma negociação retroalimentada, uma permanente troca, onde, enquanto o *mainstream* articula negociações entre as *majors* e independentes para segmentar esse mercado, os grupos, aos quais esse segmento se destina, se opõem a aceitar a estrutura pré-moldada produzida pelo *mainstream*, de maneira resistente. Logo, é a ação desse consumidor/público que propicia e colabora para a construção dessa produção cultural alternativa, são os usos e apropriações alternativos de se resignificar o que o *mainstream* produz que legitimam essa “cultura alternativa”. Certeau (1994) conceitua “estratégias” e “táticas”, onde as estratégias se referem aos planejamentos fundados pelo/no mercado e/ou nas instituições sociais (como lugares de poder), com o intuito de atingir um determinado objetivo; já as táticas são as maneiras de burlar o que se é imposto, formuladas pelos sujeitos/grupos em questão, em astúcias produzidas por quem não detém hegemonia. Nesse cenário, são essas articulações mantidas entre táticas e estratégias que dão forma ao alternativo presente na hegemonia, se mostrando uma cultura não-hegemônica.

A respeito do “alternativo” presente na cultura e nos meios de comunicação, desde a década de 70 do século XX, já se fazia presente a imprensa/comunicação “alternativa”, tendo, por características, aspectos de “popular”, “engajado” e “comunitário”, por assim dizer: “independente”. Nesse momento, devido ao sistema ditatorial no país, o independente se mostra como contestador ao *status* mantido pela hegemonia da época. A partir da redemocratização do país, já na metade da década de 1980, o independente, que era ligado à comunicação, passa cada vez mais a ter sua imagem vinculada ao comunitário, aos movimentos sociais, ONGs, rádio, escolas, imprensa universitária, entre outros (Peruzzo, 2008).

Talvez, essa identidade que foi construída e agregada ao independente pelas relações existentes entre a produção alheia ao hegemônico e o *mainstream*, e também pelas culturas juvenis ligadas ao *underground*, tenha sido o que consolidou e legitimou essa noção de independente que se tem nos dias de hoje (através de sua dinâmica histórica), que se mostra resistente aos padrões hegemônicos sociais, culturais e políticos.

Com base nessa imagem construída em torno do que se percebe ligado ao independente, nas culturas juvenis presentes nos centros urbanos na contemporaneidade, passamos a pensar como se dá a construção dessa “cultura alternativa” presente no Baixo Augusta. É importante ressaltar que essa representação em torno ao que se pretende independente se faz presente na formação cultural do território do bairro. O Baixo Augusta tem sido, durante décadas, território onde se dão as socialidades desses grupos juvenis e onde circulam essas referências “transgressoras”, pode-se-ia dizer que a Rua Augusta, e todo o circuito composto em suas imediações, fez parte e foi berço desse processo construtivo.

Bastos (2016), em sua pesquisa sobre a Rua Augusta e seu espaço urbano como território, propõe uma discussão a respeito dessa construção imagética e identitária como troca entre o território e seus moradores/frequentadores. A autora nos sugere pensar nas mútuas influências entre os grupos/sujeitos e a representação a respeito do Baixo Augusta.

Nesse contexto, se torna mais claro perceber quais as relações existentes entre o Baixo Augusta, os grupos juvenis que o frequentam e sua imagem e representação, que constroem sua identidade díspar da hegemonia. São essas experiências de trocas negociadas entre o território e os frequentadores que vêm construindo a identidade do Baixo Augusta ao longo das décadas.

Na atualidade, a visão transgressora que norteia essas práticas culturais vem sendo ressignificada positivamente, dando um outro olhar para essas práticas engajadas da década de 70 e 80 do século passado, através de resistências negociadas a respeito do que se quer “independente”. De maneira que as práticas dessas articulações com o *mainstream* passam a ter valor distintivo para os grupos inseridos nesse meio, surgindo daí uma valoração ao que se mostra não hegemônico. Tais práticas estão ligadas ao que envolve os pertencimentos, sociabilidades e afetos que são construídos por esses grupos juvenis alternativos, no que tange aos seus gostos musicais ecléticos (que se querem alternativos), presentes nos centros urbanos (Pereira, 2016).

Com base nesses apontamentos que demonstram ter relação com o conceito de onívoro cultural, dialogamos com os estudos sobre a distinção de Bourdieu (2007). Temos, neste último, uma noção de distinção, sendo bens de consumo/culturais ligados ao clássico e à alta cultura. No entanto, atualizando a discussão realizada por Bourdieu, Peterson e Kern (1996), eles nos propõem pensar a noção de onívoros culturais. Nesse caso, o que agrega valor distintivo às práticas de consumo onívoras é o gosto pelo diferente em uma escala cultural global, agregando valor e poder distintivo ao que não é legitimado fora do *mainstream* e da cultura de massas, tornando os bens culturais alheios aos parâmetros hegemônicos, algo desejável e distintivo.

Desse modo, pensamos as práticas de consumo (assim como os produtos e serviços oferecidos) das culturas juvenis presentes no circuito do Baixo Augusta como um suporte que lhes agrega distinção e legitima sua cultura não hegemônica. Segundo Bourdieu (2007), são as práticas de consumo que delimitam as classes/grupos socioculturais, através dos conteúdos que consomem. Portanto, tanto os gostos, quanto as práticas, usos e apropriações presentes nesses onívoros culturais, mostram-se como formas

de consumo tangíveis ou intangíveis, que conferem a ideia de grupos juvenis formando um ethos-alternativo ao frequentador, consumidor e produtor das práticas culturais do Baixo Augusta.

Ao observar como se dão todos esses processos de trocas, ressignificações e articulações resistidas e negociadas, Peterson e Kern (1996) nos sugerem o conceito de onivorismo cultural, que propõe que tanto os sujeitos quanto os grupos vivenciem e possam fazer uso das diversas culturas disponíveis, demonstrando um gosto eclético e valorização do exótico no que se refere ao entretenimento e à cultura.

Sob esse olhar, passamos a observar o conceito de Peterson e Kern (1996), assim como o que se refere ao comportamento de um animal onívoro. Suponhamos que esse animal onívoro seja o equivalente aos grupos/sujeitos pertencentes às culturas onívoras, assim como a vastidão de alimentos em sua dieta exemplifique as diferentes e múltiplas culturas presentes em nossa sociedade, que servem como referências que podem influenciar e contribuir de diferentes maneiras para a construção de nossas identidades. Dessa maneira, a formação sociocultural desses grupos onívoros passa a ser a apreciação e absorção dos conteúdos de toda e qualquer cultura disponível, não havendo restrições do que deve ou não ser absorvido, sem necessariamente precisar estar ligado apenas à cultura erudita para ser distintivo e ter valor, como pretende o conceito de distinção em Bourdieu (2007). Essa pluralidade, não restrita, propicia a formação do que se pretende alternativo na contemporaneidade, são as mesclas de diferentes referenciais culturais (muitas vezes conflituosos entre si), bem como a valorização dada ao exótico, transgressor e ordinário, sendo esses aspectos que dão forma ao que se pretende alternativo, seguindo o onivorismo cultural.

1.3 MAPEANDO O BAIXO AUGUSTA

Contemplando o que compõe o Baixo Augusta e sua representação como território, levando em consideração a cena musical e o estilo de vida praticado pelos grupos juvenis que frequentam o circuito de entretenimento

noturno da região, percebemos características ao mapear a cena musical e a territorialidade do Baixo Augusta.

Essa representação foi construída através do tempo, dando alusão e legitimando uma identidade (imaginada) à Rua Augusta como sendo um espaço urbano para socialidade de culturas juvenis, alternativas, engajadas e *indies* contemporâneas. O circuito alternativo conhecido como “Baixo Augusta” não se limita apenas à Rua Augusta como dito anteriormente, mas passando também por pontos específicos nas ruas Frei Caneca, Haddock Lobo, Bela Cintra, Matias Aires, Fernando de Albuquerque, Peixoto Gomide, entre outras. Em dados gerais, a região como um todo contempla as imediações próximas à Rua Augusta, sendo ela, como um polo central do sistema, que irriga e se espraia entre seus cruzamentos e adjacências pelo bairro. Essa nomenclatura “Baixo Augusta”, se dá devido à Rua Augusta ser uma “ladeira”, que tem como seu ponto mais alto o cruzamento com a Avenida Paulista. Desse ponto, em direção ao bairro de Jardins, se encontra uma área mais elitizada, e, conforme se desce a Rua Augusta em direção ao centro, mais se mostra a cena *underground*, que é uma característica forte desses grupos alternativos.

Entendemos esse espaço urbano legitimado pela identidade (imaginada) articulada por seus frequentadores que se mostram, em sua maioria, grupos juvenis alternativos. Segundo Santos (1999), a ideia de território/territorialidade está ligada a um espaço que se apresenta em processo de mudança, um lócus em processo de construção/formação sociocultural, um local vivido e repleto de memórias, significados e experiências, e não um mero espaço dado.

Ao desembarcar na estação Consolação da linha 2 verde do metrô, já se pode observar uma aglomeração de jovens que fazem da saída da catraca um ponto de encontro que dá início a interações e socialidades construídas ao longo da noite. Subindo as escadas que dão acesso à Avenida Paulista (esquina com a Rua Augusta), a aglomeração de jovens se mostra cada vez mais intensa, se espalhando pelas calçadas dos estabelecimentos comerciais, principalmente nas do “Shopping Center 3”.

Pode-se observar que essa localidade demonstra ser um ambiente urbano que tem uma representatividade para tais jovens que vai muito além de

apenas um ponto de encontro, sendo ali um ambiente de socialidade, interações e identificações em que se pode encontrar os amigos e tornar o território um ambiente que parece servir de “esquenta”, que dará início a possíveis baladas, festas etc.

Os grupos que ali ficam demonstram ter uma intimidade com o ambiente, e se mostram bastante à vontade sentando nas calçadas, fazendo uso do espaço urbano como se fossem os sofás de suas próprias casas. O transitar das pessoas que ali trabalham ou que passam por ali devido a quaisquer outros motivos parece não incomodar a socialidade construída por esses grupos juvenis. É lá onde eles se sentem à vontade para beber, conversar, fumar, ouvir música, e até mesmo dançar enquanto cantam junto aos sons das músicas vindas de seus celulares.

Fotografia 02 – Pessoas Sentadas nas Calçadas

(Cruzamento Entre Rua Augusta e Avenida Paulista)



Fonte: Fotografado pelo autor.

Descendo a Rua Augusta, pode-se observar um comércio que vem sendo formado para servir às necessidades desses grupos juvenis alternativos. Logo de início, se vê estabelecimentos que norteiam um estilo de vida mais “gourmetizado” e elitizado (a seu modo), se comparado a um “alternativo *underground*”. Há restaurantes especializados em culinária de diferentes países do mundo, como o “La Sabrosa”, de comida mexicana, e o “Madhu”, de comida indiana. Coexiste também o “Espaço Itaú de Cinema”, onde é exibido

um grande reportório de filmes “não comerciais”. Há também a “Galeria Village”, que traz ao centro da Augusta um ar parisiense de comércio, com pequenos quiosques especializados em diferentes segmentos (desde alfaiataria, até artigos afro-religiosos). Existe também a “Hamburgueria Paulista”, que serve um amplo cardápio de hambúrgueres *gourmet*, entre outros estabelecimentos voltados para esse público.

Fotografia 03 – Galeria Village

(Baixo Augusta)



Fonte: Fotografado pelo autor

Além disso, o comércio ambulante nesse local abrange um grande conteúdo intelectual e cultural, com barracas de camelôs que vendem filmes de arte, de vertente mais conceitual, alguns independentes e/ou “não conceituais” (muitas vezes de cunho LGBT), que fogem dos padrões dos grandes *blockbusters*, assim como barracas de livros que funcionam como uma espécie de “sebo” a céu aberto.

Fotografia 04 – Barraca de Filmes Pirateados

(Vendedores Ambulantes / Camelô)



Fonte: Fotografado pelo autor.

Adentrando pelo bairro, percebemos alguns grupos que se aglomeram nos bares das Ruas Luís Coelho, Antônio Carlos, Matias Aires e Fernando de Albuquerque, que interligam a Rua Augusta a outras três importantes ruas no fluxo da vida noturna do Baixo Augusta, as Ruas Bela Cintra, Haddock Lobo e Frei Caneca, onde o foco principal são as mesas distribuídas nas calçadas. É nesse ambiente que se propõem as relações e socialidades entre os jovens, dando ao Baixo Augusta um ar boêmio à sua imagem e representação.

Esse mesmo clima boêmio, com cadeiras e mesas distribuídas nas calçadas, em frente aos bares, se repete ao longo da maioria das esquinas. Proporcionando aos grupos experiências que vão além do "esquenta". É ali que a noite realmente começa, podendo se prolongar por lá durante a noite toda, ou sendo apenas um primeiro momento que dará vazão a uma noite de música, dança e animação dentro de uma das casas noturnas que formam o circuito da cena musical da região.

Ainda que, para alguns, esse ambiente seja apenas um ponto de passagem que dá abertura à noite na Augusta, para outros, que preferem aproveitar a noite bebendo, comendo e ouvindo uma música enquanto conversam com os amigos, conhecendo novas pessoas e paquerando etc., esse momento é o que perpetua a noite na Rua Augusta; são essas as experiências que atraem esse público que contribui ainda mais para construir a representatividade da vida noturna do bairro, pois são eles que nos dão uma primeira impressão da cena concebida em torno do Baixo Augusta.

Seguindo pela Rua Augusta, surgem barracas de bebidas alcoólicas, que vendem doses de diversificados tipos de bebidas, mas que, em seu geral, se direcionam a bebidas mais populares e/ou de custo mais acessível. Esse comércio ambulante é formado por pequenas mesinhas repletas de limão cortados e sal para acompanhar as doses de tequila. São as mulheres que predominam, criando uma imagem que mescla não apenas o consumo de bebidas alcoólicas com a sensualidade da mulher, mas principalmente um certo empoderamento ou protagonismo feminino, que se faz presente na forma com que elas se posicionam e atraem seus clientes, não se guiando pela sensualidade e delicadeza feminina, mas sim pelo poder de persuasão e intimidação aos agentes sociais que transitam pela rua.

Outros tantos pontos de venda de bebida estão distribuídos pelo bairro, e são nesses estabelecimentos em que os jovens compram garrafas de bebidas alcoólicas mais populares para compartilharem, seja nas filas das baladas, ou até mesmo aos que passam a noite pelas calçadas.

Fotografia 05 – Fila Para Entrar em Baladas

(Rua Augusta)



Fonte: Fotografado pelo autor.

Uma das bebidas mais populares vinculadas a esse público vem se tornando a “Catuaba de açaí”. A “Catuaba”, de um modo geral, já era a bebida predominantemente consumida pelos jovens desse circuito cultural. No entanto, a bebida de baixo custo, vinculada ao sabor do açaí, parece carregar uma distinção vinda da valorização tida pela fruta nos últimos anos, como um alimento exótico para os centros urbanos do sudeste do país, o que reforça a

ideia de consumo exótico distintivo, visto no conceito de onivorismo cultural (Peterson e Kern, 1996). Mas ainda há uma valorização de elementos “populares” como a Catuaba, essa bebida passa a legitimar distinção aos grupos juvenis que a consomem, por se tratar de um produto que carrega em sua representatividade uma imagem ligada às camadas sociais mais baixas, agregando uma valoração ao consumo do que se mostra ou se quer mais autêntico ou popular (Pereira, 2016).

De todos os pontos que compõem a cena do território do Baixo Augusta, o trecho da Rua Peixoto Gomide, que liga a Rua Augusta com a Rua Frei Caneca, se mostra o mais *underground* de todo o bairro. É nesse espaço em que a maioria dos jovens que não adentram a nenhum bar e/ou balada fica durante toda a noite. Nesse trecho do território, é muito comum ver pessoas sentadas nas calçadas, bebendo, fumando maconha e, até mesmo, usando drogas mais pesadas, compartilhando o seu fumo/alucinógenos uns com os outros ao olhar de todos, sem demonstrar nenhum tipo de pudor.

Fotografia 06 – Fluxo dos Grupos Juvenis

(Rua Peixoto Gomide)



Fonte: Fotografado pelo autor.

E é nesse território que uma das descobertas mais curiosas surgiu: nesse trecho da Rua Peixoto Gomide, existem duas típicas “Casa do Norte”, de origem nordestina. Os estabelecimentos parecem mesclar algo entre bar e açougue durante o dia, e “Casas do Norte” durante a noite, com direito a comidas tipicamente nordestinas, como caldo de mocotó, buchada etc. Essa

mistura entre a comida *gourmet* de vários países, os *food trucks*, e a comida regional nos traz a ideia de interculturalidade vista em Garcia Canclini (2015) e de consumo de elementos culturais vistos como populares e autênticos.

Fotografia 07 – *Food Trucks*

(“Calçadão Urbanoide”)



Fonte: Fotografado pelo autor.

Fotografia 08 – Casa do Norte

(“Nordeste”)



Fonte: Fotografado pelo autor.

Ainda em torno ao consumo ligado à gastronomia na região, existem na Rua Augusta, assim como na Rua Frei Caneca também, estabelecimentos voltados para o acarajé, comida tipicamente baiana que articula toda essa ideia de imagem e representação ao consumo exótico ou diferente e, sendo assim, ao alternativo.

Fotografia 09 – Restaurante / Acarajé

("Digaê")



Fonte: Fotografado pelo autor.

Seguindo na região mais abaixo da Rua Augusta, encontramos uma sorveteria que vende e fabrica seu próprio produto. A atmosfera do estabelecimento se assemelha muito a uma sorveteria tipicamente interiorana, remetendo às afetividades da infância. Em conversa com o dono da sorveteria, ele nos conta que o estabelecimento está aberto há 23 anos, e que seu diferencial está em manter as tradições em sua produção, que visa à qualidade e não a quantidade. O proprietário, descendente de alemães, conta que teve muitas oportunidades de expandir o negócio ao longo de todos esses anos, mas que sua intenção sempre foi manter esse aspecto do sorvete que mantém a fruta verdadeiramente fresca em sua produção. No entanto, pudemos observar que alguns de seus sorvetes são feitos com leite de soja, e ao perguntar o porquê disso, o senhor fabricante diz que, mesmo mantendo as tradições, ele percebe que na região do Baixo Augusta muitos de seus clientes e frequentadores são veganos, o que pode ser observado na grande variedade de estabelecimentos que se adaptam ou são totalmente direcionados a esse tipo de consumo ativista. Essa estratégia de venda mantida pelo dono da sorveteria, se adequando à resistência engajada e ativista dos grupos juvenis do bairro, nos aciona as ideias de Certeau (1995), assim como os conceitos de

Freire Filho (2005 e 2007), já aludidos. Desse modo, passamos a observar as práticas de consumo dos grupos juvenis alternativos e/ou engajados que traduzem representações, formas de ser, viver e consumir desses jovens (Pereira, 2016).

Fotografia 10 – Sorveteria

(“Soroko”)

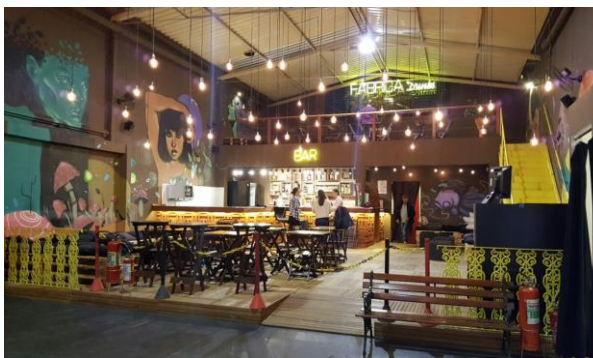


Fonte: Fotografado pelo autor.

No que se refere aos conceitos de “experiências de consumo” e “consumo de experiências”, vistos anteriormente, em que a “experiência de consumo” está ligada aos sentimentos daqueles que consomem algo, enquanto o “consumo de experiência” está atrelado ao lugar físico onde essa experiência acontece (Pereira, 2015) e à busca por criar sensações que vão muito além do produto em si, articulando aí questões que se inserem nas lógicas do entretenimento e do capitalismo cognitivo na atualidade. Alguns pontos pelo bairro nos chamam a atenção. Citamos, como exemplo, a “Fábrica Augusta” localizada na Rua Augusta, que, além de uma loja/galeria que vende diversos tipos de produtos ligados à moda e decoração, tem em seu interior um bar chamado “Fábrica Drinks”. Outro ponto que chama a atenção é o salão de cabeleireiros “Circus Hair”, também localizado na Rua Augusta, que carrega em sua arquitetura uma atmosfera totalmente temática voltada ao universo do circo, contando também com um bar chamado “Circus Pub”. O bar “Tubaína”, localizado na Rua Haddock Lobo, que já em seu nome carrega uma atmosfera ligada ao retrô, dispõe de um sofá em sua calçada, de forma convidativa e aconchegante para atender ao seu público; outro estabelecimento que está ligado à essa representatividade que se entende por retrô é o bar “Dogueria”,

que brinca com imagem e representação das *pin ups* usando salsichas como se fossem microfones. Na região, que também é muito frequentada por prostitutas e travestis, também é possível encontrar a loja “Roupahrara”, que, em sua vitrine, apresenta *looks* extremamente sensuais em seus manequins e um cartaz que diz: “Os *looks* mais cobiçados, presentes nas melhores revistas do país”, dentre essas revistas está a “Playboy”, o que demonstra que o Baixo Augusta comporta uma ampla diversidade de segmentos no que diz respeito ao consumo de um modo geral.

Fotografia 11 – Bar “Fábrica Drinks”
(Galeria “Fábrica Augusta”)



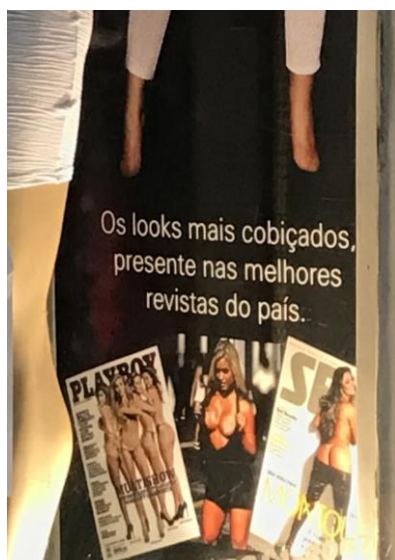
Fonte: Fotografado pelo autor.

Fotografia 12 – Calçada
(Bar “Tubaína”)



Fonte: Fotografado pelo autor.

Fotografia 13 – Vitrine 01
(“Roupahrara”)



Fonte: Fotografado pelo autor.

Fotografia 14 – Vitrine 02
(“Roupahrara”)



Fonte: Fotografado pelo autor.

Em um segundo momento, fomos até a loja ‘Roupaharara’ para conversar com os vendedores. Encontramos muito artigos do vestuário e acessórios fetichistas. Circulando pela loja, notamos que nela funciona um *sex shop*. Tentamos conversar com os vendedores a respeito de qual seria o perfil de seu público consumidor, mas nos falaram que estavam fazendo um pedido muito grande naquele momento e que não teriam disponibilidade para nos atender (apesar da loja estar vazia e estarem com três funcionários naquele momento).

Existem também alguns diferenciais no comércio existente no Baixo Augusta. Ao pensarmos as grandes variedades culturais presentes na atmosfera do bairro (em suas lojas/galerias), essa pluralidade pode ser percebida em diversos pontos comerciais ao longo de toda a Rua Augusta (exemplo: entre os cruzamentos com as ruas Antônio Carlos e Fernando de Albuquerque), em locais como a galeria “De Tudo Tem Um Pouco”, em que seu próprio nome já nos remete à multiplicidade de produtos que podem ser encontrados lá, havendo, em sua disposição de produtos, estandes de diversos segmentos que envolvem moda e decoração, onde os próprios empreendedores podem vender seus produtos. Com base nesse contexto, é possível observar que são os consumidores desse mercado pensado e segmentado para o “alternativo” que também o produzem. Segundo Pereira (2016), em pesquisa sobre grupos juvenis e empreendedores da cena musical paulista, o público das festas “alternativas” por ela analisado também se torna coprodutor desses eventos. Assim, passamos a observar que, nesse fluxo entre produtor e receptor presente no mercado do Baixo Augusta, tais práticas retroalimentam o mercado, produzindo artigos e serviços pensados por quem também os consomem, gerando uma cadeia mais difusa de produção e recepção.

Em contrapartida, a galeria “Endossa” conta com a disposição de diversos nichos, e em cada um deles podem ser encontrados produtos de diferentes segmentos que são de diversos estabelecimentos. No entanto, em conversa com os vendedores da loja, eles nos contaram que o grande diferencial da “Endossa” é que os donos de cada nicho de produtos são como vendedores terceirizados, onde cada um tem uma meta de vendas a ser

atingida, mas toda a estrutura, conservação e manutenção da loja é feita pelos próprios funcionários da galeria/loja. Isso nos remete a pensar que a produção cultural nos centros urbanos, hoje em dia, vem sendo reconfigurada e produzida, muitas vezes, por jovens empreendedores em uma relação que já não demonstra delimitações entre os produtores e consumidores dos centros urbanos (Garcia Canclini et al, 2012).

Durante conversa com os vendedores dessas lojas/galerias, aproveitamos para perguntar como são suas vidas durante o tempo livre, e se a Augusta faz parte de seu circuito de entretenimento e consumo. A maioria, pensando os mais jovens, afirma que sim, que se torna inevitável não desfrutar do entretenimento e atmosfera promovidos pela vida noturna da Augusta, ainda que cansados de trabalhar o dia inteiro na região, sempre surgem amigos que também trabalham por lá chamando para algum tipo de *happy hour* nos bares e baladas da região. No entanto, ao questionarmos sobre o consumo de moda e decoração comercializado por grande parte deles mesmos, a maior parte afirma não consumir, relatando o alto custo dos produtos que são vendidos na região.

Um outro momento importante durante a etnografia e mapeamento do bairro, foi a conversa que tive com um camelô que vende livros nas ruas. O comerciante relata a relação conflituosa com a polícia nos últimos tempos, após uma reportagem realizada por um jornalista da revista “Veja”, que se infiltrou durante cerca de três meses entre os comerciantes ambulantes do bairro. No entanto, o vendedor ambulante fala da relação entre os camelôs da região com os clientes como positiva; são esses os comerciantes que disponibilizam a custos mais acessíveis conteúdos ligados ao cinema e à literatura, vinculados à produção cultural “conceitual”.

Fotografia 15 – Barraca de Livros

(Vendedores Ambulantes)



Fonte: Fotografado pelo autor.

Indo para a parte mais baixa da Rua Augusta, a questão da prostituição ganha destaque, o que nos levou à outra questão: “onde estão as prostitutas da Rua Augusta?”. Em conversa com alguns frequentadores e comerciantes do bairro, assim como algumas poucas garotas de programa que ainda fazem ponto na Rua Augusta, todos relatam que a multiplicação das boates e prostíbulos da região vem se tornando pontos de entretenimento para os clientes dessas profissionais, as quais passam a procurar novos pontos pela cidade, ou são redirecionadas pelo mercado da prostituição, passando a trabalhar para essas boates.

Pensando na noção de resistência articulada às culturas juvenis, como visto em Feixa e Porzio (2003), Feixa (1996), Reguillo (2003) e Freire Filho (2005) e (2007), é possível observar pichações por toda a Rua Augusta (principalmente em muros de condomínios de alto padrão), que fazem alusão à resistência em que as subculturas se posicionam e colidem como forma de crítica/protesto aos padrões socioculturais hegemônicos. Nas pichações é possível observar frases de cunho feminista, LGBT, ligadas aos movimentos estudantis e à política institucional, como “Fora Temer”, “Machismo mata/homem mata”, “Morre HT” (sigla que se refere aos heterossexuais), “Mate um estuprador”, “Ventre livre”, “As minas não serão silenciadas”, “Cadê a merenda?”, entre tantas outras.

Fotografia 16 – Pichações

(Baixo Augusta)



Fonte: Fotografado pelo autor.

Com base nesses aspectos alinhavados até esse ponto, que se mostram como parte dos processos formativos da imagem e representação que legitimam a identidade das territorialidades do Baixo Augusta (enquanto espaço urbano), propomos, nesta pesquisa, pensar as relações negociadas (porém conflituosas), que se desenrolam nas práticas de socialidade das culturas juvenis do Baixo Augusta, suas múltiplas e híbridas identidades, e seus usos e apropriações não hegemônicos presentes na moda, na música e nos estilos de vida desse ethos-alternativo que buscamos compreender.

No próximo capítulo, passamos a dialogar com o campo da música, a fim de perceber como se forma a cena musical do Baixo Augusta, e como se dão as práticas de consumo musical desses grupos/sujeitos, uma vez que as práticas musicais parecem ser um eixo central para compreender as maneiras de ser, viver e experimentar o contemporâneo para esses jovens.

2 RITMOS, SONORIDADES, SOCIALIDADES: AS PRÁTICAS QUE CONSTROEM A CENA MUSICAL DO BAIXO AUGUSTA

Neste capítulo, trataremos dos processos de transição na indústria fonográfica a respeito da música *indie*, apurando seu surgimento e suas relações com a produção independente em paralelo ao *mainstream*, até se tornar um gênero musical presente na indústria fonográfica na contemporaneidade. Desse modo, traçando um histórico que nos ajude a compreender o que se entendia por música independente em seu surgimento e suas relações com as grandes gravadoras, e a transformação desse conceito, levando em consideração a transição da imagem e identidade construída em torno dessa cena musical.

Através de uma perspectiva que traz à pauta nomes de artistas ligados a esse segmento, desde os primeiros envolvidos com a produção independente, até os artistas contemporâneos (de gênero musical *indie*), que ajudaram a construir a imagem em torno a essa cena musical relacionada às culturas juvenis alternativas presentes no Baixo Augusta. Apresentando um olhar etnográfico sobre as questões que envolvem a socialidade, que é construída nas cenas musicais dos entornos do bairro e dos estabelecimentos/espços escolhidos (tomando como enfoques centrais três casas noturnas da região: “Beco 203”, “Inferno Club” e “Espaço Desmanche”) como corpus centrais da pesquisa, as práticas, usos e apropriações dos grupos juvenis que as frequentam, suas estéticas e identidades construídas em suas personalidades. Dados, que foram colhidos a partir da observação, análise e coleta de informações realizadas nesses lugares.

Ao longo dos anos, podemos observar uma transição no que diz respeito à música independente presente no mercado fonográfico por todo o mundo. As relações existentes entre as grandes e pequenas gravadoras sempre proporcionaram um diálogo entre *majors* e independentes, que articulam negociações e estruturam os processos de comercialização do mercado fonográfico, e, por sua vez, abrem espaço para questionamentos sobre o que se pode entender por “independente” e qual suas relações com as “culturas alternativas” que eclodem em meio às práticas e culturas hegemônicas.

Para que se possa conceituar a definição de independente e como esse conceito se articula com as *majors* e os grupos que o consomem, é preciso compreender o processo de desenvolvimento da indústria fonográfica. Segundo Oliveira (2002), a denominação de independente, e o que se refere ao mercado fonográfico como produção independente, é aquela que não está ligada aos grandes conglomerados do mercado fonográfico, ou seja, produções fonográficas que não fazem parte dos *casts*¹⁷ das *majors*; sendo assim, as produções independentes seriam uma parcela da indústria fonográfica que é produzida de maneira independente, estando alheias às grandes gravadoras, através de técnicas alternativas usadas para sua produção. A música independente está ligada ao processo de criação e produção vindo dos próprios artistas. Herschmann (2011) retrata essas características da produção independente nesse período (entre as décadas de 70 e 80) como um processo em que ambas as gravadoras (grandes e pequenas) mantinham uma relação vertical de negociações, um processo em que tais gravadoras não se faziam alheias umas às outras, mas sim articulavam e trocavam conteúdo. Tal verticalização se dá mantendo-se as *majors* no topo dessa estrutura fonográfica, atingindo um amplo público massivo; em contrapartida, as gravadoras independentes se mostram mais propícias a atender diferentes segmentos de mercado.

Os conceitos “residual”, “dominante” e “emergente”, de Williams (1979), nos ajudam a pensar como se dão as negociações entre as *majors* e independentes, reestruturando-se de maneira negociada para articular e se reinventar na contemporaneidade. Esses processos se mostram através do *indie* sendo visto como um segmento (gênero musical) nessa indústria, que surge de maneira emergente na cultura hegemônica por suas características resistentes e contra o *establishment*.

Diante de uma crise no mercado fonográfico ao longo dos anos 1990, que prejudicou diretamente as grandes gravadoras, surge uma abertura no mercado que impulsiona a popularização das produções musicais independentes. Segundo Herschmann (2011), as gravadoras independentes, já

¹⁷ Repertório de artistas (produções fonográficas) que compõem as *majors* e estão à disposição do *mainstream*.

na década de 60, passam a ser vistas e idealizadas como um lócus de inovação para o mercado fonográfico. No entanto, segundo o autor, ainda que o mercado se mostre propício ao que é produzido pelas gravadoras independentes, tendo como principal diferencial a pluralidade em atingir diferentes segmentos/nichos de públicos, as *majors* permanecem sendo até hoje detentoras do poder sobre o fluxo existente no mercado fonográfico, passando a comprar diferentes empreendimentos de cunho cultural na internet. Lembre-se, ainda, que é a internet uma das principais ferramentas usadas pela produção independente que surge na atualidade, uma ferramenta que permite e proporciona aos artistas e produtores independentes uma maior visibilidade e propagação de seus trabalhos por conta própria, sem o intermédio das *majors* nesse processo.

Como afirma Yúdice (1999), a partir da década de 80 do século XX, as grandes gravadoras passam a se tornar conglomerados globais, que envolvem não apenas o mercado fonográfico, mas também as produtoras de concertos e espetáculos, a televisão e o cinema, transformando-se nos detentores do mercado do entretenimento como um todo. Esse conglomerado global passou a incluir também a lista de diferentes veículos de entretenimento: a internet e suas produções culturais, nos últimos anos, o que torna a produção atual, dita “independente”, um processo negociado e articulado entre artistas, produtores culturais, pequenas gravadoras e o mercado que envolve toda a produção “independente”. Esses conglomerados globais colaboram, assim, para que não haja espaço para total autonomia e produções independentes, mas para o que chamamos “alternativo”, na medida em que não se encontram totalmente fora desse grande sistema e dessa lógica do entretenimento global, mas mostram-se com características estéticas diferentes, bem como usam meios de produção e divulgação alternativos.

Assim, segundo Oliveira (2002), grande parte das produções musicais independentes presentes na cena musical brasileira tomou forma e se popularizou através de festivais universitários compostos por artistas independentes, iniciados em meados das décadas de 70 e 80 do século passado. Tais festivais derivados das produções independentes acontecem até

hoje, como aponta Herschmann (2010); os “festivais *indies*” (como são chamados) mobilizam mais de 300 mil pessoas em uma média de 50 festivais que acontecem anualmente, distribuídos por todo o território nacional, em sua maioria, acontecendo fora dos centros urbanos, em cidades do interior ou próximos às grandes metrópoles.

Ainda seguindo Herschmann (2010), as experiências vividas pelo público/consumidor da indústria fonográfica nesses eventos trazem processos de afetividade ao público nesses festivais, *shows* e concertos. O autor relata que é através dessas afetividades proporcionadas por esse tipo de evento que o público segmentado/de nicho passa a se mobilizar e manter um ciclo de consumo desses serviços, alegando que esse processo não se aplica aos públicos da cultura de massas.

Contudo, há de se pensar a cena/circuito musical produzido por esses eventos, percebendo como se dá a mobilização de múltiplos e distintos grupos em eventos como festivais de música que cada vez mais se popularizam e se expandem. Herschmann (2010) abre um questionamento a respeito desse fenômeno que impulsiona o mercado independente através da afetividade do público ao qual ele se destina. Nesse diálogo, é importante perceber os primeiros indícios que sugerem uma transição do independente, que passa a se tornar um mercado parcialmente alheio às *majors*, e, mais além, o surgimento do segmento/gênero musical nomeado como “*indie*”, que compõe o *mainstream* e proporciona ao mercado fonográfico atual a circulação e divulgação de seus artistas. Segundo Vladi (2011), existe um processo que legitima um ritmo, uma sonoridade e/ou um estilo, tornando-o um gênero musical. A autora diz que o gênero não pode ser definido apenas por melodia, harmonia e arranjo, sendo formado também por aspectos como as relações entre compositores, intérpretes, fãs, produtores e ouvintes, sendo eles parte dos elementos que vão moldar, delimitar e definir quais são as características de um gênero musical. Desse modo, sabendo que são esses variados aspectos que nomeiam e legitimam um gênero musical, passamos a perceber o porquê de alguns gêneros serem mais legitimados que outros, pois dependem das variadas circunstâncias de suas origens e onde/como são

formados, com base no que compõe a imagem e identidade construída em torno de sua ideologia.

Em virtude disso, segundo Herschmann (2010), esse mercado é financiado e mantido pela afetividade construída pelo público que o consome: o autor aponta que existe uma valoração das experiências vividas, que se fazem únicas, memoráveis e inesquecíveis, promovendo assim uma fidelização afetiva dos sujeitos com esse mercado. É o contato com os diferentes grupos e as sensações causadas por esses festivais e *shows* promovidos pela produção fonográfica independente que se constrói de maneiras alternativas, mostrando-se contra o *establishment*, que perpetua o valor agregado a essas vertentes independentes, logo, inflando de distinção os grupos que consomem/produzem esse mercado.

Tal distinção, como visto anteriormente em Bourdieu (2007), se dá através das práticas de consumo mantidas por esses grupos/sujeitos que consomem os serviços e produtos da produção fonográfica independente, como sendo produto vinculado à ideia de resistência, engajamento e ativismo, gerando, assim, uma valoração e legitimação que dá a essa vertente da indústria fonográfica um caráter distintivo. Seguindo ainda Bourdieu (2007), a distinção é um processo que garante capital simbólico tanto aos sujeitos, quanto aos grupos sociais. Nesse processo, há uma valoração de elementos que constroem uma imagem e um imaginário simbólico distintivo, agregando valor e distinção social aos grupos/sujeitos aos quais ela atinge, fazendo com que os mesmos se diferenciem dos demais.

Dentre a conceituação construída até esse momento, poder-se-ia supor que o conceito de independente que surge com as pequenas gravadoras, e que já apresentava algum diálogo com as *majors*, poderia ser percebido atualmente como um segmento presente no *mainstream*, definido e delimitado como um estilo musical segmentado e presente na cena musical, não estando presente na cultura de massas. No entanto, sua nomenclatura permaneceu americanizada (*indie*) para servir ao mercado como mais um gênero musical.

Esse fenômeno transfere o conceito construído durante a história da indústria fonográfica para que se possa conceber um novo gênero musical, segundo Vladi (2011), usando de tais referenciais, formulando a concepção que se tem a respeito da produção fonográfica independente, para legitimar a identidade que se pretende ter sobre o *indie*, como gênero musical no mercado fonográfico atual.

De acordo com Sá (2010), o que agrega valor a esse mercado que norteia o alternativo (seus produtos e serviços) é o imaginário que cria uma hipotética significância de autonomia artística, ou seja, tornando os sujeitos que a consomem uma parte do processo criativo da produção cultural como um todo. As experiências do público com os produtos e serviços que derivam do *indie*, tendo um forte apelo estético diferenciado, potencializam o que ressalta esse ideal imaginado, fazendo com que os sujeitos se ponham em posição de colaboradores na construção tanto da cultura, quanto da obra em si.

Nesse contexto, pensarmos como esse processo vem sendo concebido no Baixo Augusta. Segundo Freire Filho (2002), desde a década de 70 do século XX, a cidade de São Paulo já contava com um circuito fonográfico alternativo (independente), e essa cena se mostrava através dos *shows* e festivais dos artistas e produtores culturais independentes da época, um mercado que ganhava circulação através das vendas de seus discos durante os concertos.

Tais práticas continuam sendo desenvolvidas até os dias de hoje, como é o caso do cantor Jaloo, que grava suas músicas, produz seus vídeo clipes e desenvolve até seus figurinos de forma independente, sem grandes produções (visto em entrevista no *Youtube* “Tem Chuva de Jaloo / Entrevista exclusiva AHEAD”). O cantor iniciou sua carreira em São Paulo, nos arredores do Baixo Augusta, cantando e vendendo seu primeiro disco (produzido de forma independente) em seus *shows*, sendo um dos tantos que realiza uma produção fonográfica independente (visto em entrevista no *Youtube* “24h com Jaloo”). Abordaremos mais a fundo sua contribuição para tais práticas fonográficas alternativas mais à frente no texto.

Assim, podemos observar que, desde meados da década de 70, como apontado por Freire Filho (2002), essa cena musical alternativa vem crescendo e se proliferando, através de novos artistas e produtores que alimentam e fazem esse mercado alternativo continuar circulando. Essa produção independente presente no Baixo Augusta, na atualidade, vai mais além da produção fonográfica, derivando-se em outros segmentos e em diferentes formas de ressignificar produtos, serviços e práticas ligadas à produção cultural de modo geral.

São essas novas formas de socializar e vivenciar a produção cultural existentes no Baixo Augusta, e que eclodem de diferentes maneiras, sendo ressignificadas e produzidas de forma alternativa aos padrões hegemônicos, que ajudam a conceber o que se pretende por um estilo de vida alternativo, que, em partes, se mostra como uma ruptura ao *mainstream*, e que também absorve e se integra ao mercado de maneira conflituosa em outros momentos.

2.1 DOS PIONEIROS AOS CONTEMPORÂNEOS: A TRAJETÓRIA DA MÚSICA *INDIE* NO MERCADO FONOGRÁFICO E SEUS ARTISTAS

Ao tentarmos traçar uma linha do tempo que ilustre a trajetória e transição da produção independente na indústria fonográfica, é importante perceber que esse processo tomou forma (principalmente) através dos artistas que ajudaram a construir essa noção de uma produção alternativa através de suas contribuições.

Observamos que, com o passar dos anos, a indústria fonográfica independente tomou mais forma, e passou a se segmentar como um gênero (*indie*) com o surgimento de bandas como: “*The Smiths*,” “*The Stone Roses*,” “*The Jesus and Mary Chain*,” “*Happy Mondays*” e “*My Bloody Valentine*”, no Reino Unido; já no território americano, as pioneiras estadunidenses foram bandas como: “*Pixies*,” “*Sonic Youth*” e “*Big Black*”, ainda na década de 80 do século XX, com mais ênfase, paralelamente, nessas duas localidades que foram as precursoras desse segmento/gênero musical nascido nas pequenas gravadoras (independentes) influenciadas pelo movimento *punk*. Grupos

pioneiros, que surgiram naquela época, e que marcaram as paradas de sucesso nesse segmento da produção fonográfica independente, que cultivavam uma sonoridade intensa, exótica e desconstruída de características experimentais fora dos parâmetros hegemônicos do *mainstream*.

Esse gênero musical vem crescendo, sendo legitimado e popularizado através da produção fonográfica de artistas (que apesar de estarem inseridos no *mainstream*, carregam referências ligadas ao independente) como: Lana Del Rey, “*Marina And The Diamonds*”, Melanie Martinez, Troye Sivan, Halsey, Tove Lo, The Weeknd, Gotye, Kimbra, “*Florence and the Machine*”, “*Arctic Monkeys*” (entre outros), e que exalam linguagens ligadas ao *underground*, *folk*, *grunge* e *punk* (estilos que observamos fazerem referência às resistências e disputas contra hegemonias presentes no que se pretende por independente/“*indie*”).

No Brasil, a produção independente e o surgimento do *indie* como um gênero musical vem através dos festivais produzidos de maneira “independente”, como já visto anteriormente. Segundo Oliveira (2002), já nos anos iniciais também da década de 80 do século XX, se formava um público segmentado voltado para as produções independentes paulistanas no Brasil. Segundo o autor, o “Lira Paulistana” era um teatro/casa noturna alocado em um porão na região de Pinheiros, em São Paulo, onde aconteciam concertos dessas bandas “*indies*” que surgiam nesse momento.

Além das características conflituosas e resistentes, que se opunham às *majors*, ao *mainstream* e aos parâmetros hegemônicos da sociedade, como sendo as principais referências que construía o estereótipo do *indie* nesse momento, há que se levar em consideração que, muito além dessas características que se querem contra hegemônicas (vindas do imaginário da produção independente como algo resistente), a construção do *indie* também teve, como influências, características diferenciadas e alternativas, presentes na construção estética e nas composições de suas sonoridades diferenciadas.

Como exemplos dessa produção alternativa diferenciada e experimental, temos dois artistas que se destacam na história da música e da indústria fonográfica que tomamos como exemplos: o cantor, compositor, performer, ator

e produtor musical britânico David Bowie, que construía estéticas fora dos parâmetros hegemônicos da época, e que se mostram de vanguarda até hoje. Bowie nasceu em Londres, em 1947, e iniciou sua carreira aos 14 anos, em 1961, na banda “Kon-Rads”. A partir daí, o cantor trilhou uma longa trajetória que contou com a participação de seus personagens (Major Tom e Ziggy Stardust), tendo como referências gêneros como *rock*, *glam rock* e *pop* (Beneti e Rosa, 2016).

Outra artista também do *indie* é a cantora e compositora islandesa Björk, que tem como principal característica, em sua produção fonográfica, sonoridades experimentais e que fogem totalmente da produção fonográfica comercial. Björk é uma cantora, compositora, produtora musical e atriz que iniciou sua carreira com apenas 11 anos, em 1977, mas só atingiu o sucesso mundial após ter feito parte da banda “Sugarcubes” (no fim dos anos 80 do século passado). Após a banda se desfazer, a cantora se lançou em carreira solo, tendo como referências gêneros musicais como o *rock* alternativo, o *jazz*, a música eletrônica, o *trip-hop* e o experimental (Ferraz et al, 2008).

É importante perceber que, muito além das questões que envolvem o engajamento da produção independente, são também esses hibridismos musicais e as ressignificações feitas por artistas como esses que passaram a dar forma e sentido ao que convergia de uma produção fonográfica independente para uma produção fonográfica alternativa.

Atualmente, grande parte dos novos artistas *indies* surgem através da ajuda da internet, em sites como o *MySpace*, que se mostrou uma rede social muito popular ao fim da década de 2010, que proporcionava a seus usuários que pudessem promover seus trabalhos e produções musicais independentes, compartilhando-as com seus amigos e disponibilizando-as na rede. Outro site é o *YouTube*, que surge no mesmo período e se perpetua, até hoje, como sendo um dos maiores veículos da produção midiática na internet. Essas são ferramentas que ajudaram e ainda ajudam na divulgação e propagação de novos artistas que surgem de modo recorrente e constante na cena/cenário musical contemporâneo.

Como visto anteriormente em Herschmann (2010), a internet também é integrante dos conglomerados globais da indústria da produção cultural e de entretenimento; desse modo, percebemos que, até mesmo para artistas (que conquistaram visibilidade e reconhecimento na indústria fonográfica como: Madonna, Beyoncé, Justin Bieber etc.) já presentes no *mainstream*, a internet se mostra uma ferramenta fundamental para a divulgação de seus trabalhos. Nesse contexto, segundo Sá (2010), na atualidade, a crítica cultural vem se mostrando cada vez mais alargada, havendo outros processos de legitimação, que vão se articular por outros meios (que avaliam e agregam valor) não convencionais derivados dos processos existentes na modernidade tardia do mundo globalizado em que vivemos atualmente. Assim, percebemos que, na atualidade, são os “*views*”¹⁸ e “*likes*”¹⁹ as ferramentas que medem a aceitação e a recusa do público, assim como a popularização do trabalho dos artistas, ainda que disputas por legitimidades continuem existindo em outros circuitos. Essa passa a ser uma nova forma de se comercializar álbuns de maneira virtual, em uma era em que o disco físico já não gera tantos lucros, sendo a divulgação das músicas e dos clipes na internet que fazem o trabalho de grande parte da divulgação dos artistas. Exemplo desse fluxo de produção mediado pela internet é o “*k pop*”²⁰ coreano, onde a produção fonográfica se dá através da venda de *singles*²¹ e não de álbuns completos como no Ocidente.

Outros usos dados a esses veículos digitais pelos artistas é a fidelização do público e a produção diferenciada com lançamentos de álbuns experimentais, que é o caso do álbum “*Miley Cyrus & Her Dead Petz*”, da cantora norte-americana Miley Cyrus. O álbum, que foge do gênero *pop* construído por toda a carreira da cantora, tem características experimentais que remetem às sonoridades psicodélicas (com características audíveis em

¹⁸ Quantidade de visualizações obtidas por determinada postagem em uma rede social.

¹⁹ Quantidade de curtidas obtidas por uma postagem específica em uma rede social.

²⁰ Um gênero musical de origem coreana que mescla as influências ocidentais da música pop com a cultura coreana.

²¹ Música usada como principal ferramenta para divulgação do trabalho do artista/banda em um específico período de tempo.

sua composição bastante exóticas), o álbum foi disponibilizado na íntegra para *downloads* no aplicativo *Sound Cloud*²² pela própria cantora.

Atualmente, o *indie* se mostra como um gênero fragmentado e articulado, que se deriva em várias tantas outras vertentes. Exemplo disso são as convergências de gêneros criadas a partir do *indie*, como o *indie pop*, *indie rock*, *indie folk*, entre tantas outras variações do *indie*, que fazem parte do repertório da cena/cenário musical do *mainstream* na contemporaneidade. O *indie*, na atualidade, tem se mostrado um gênero tão em pauta, que até mesmo grupos/bandas de *funk* e *rap*, como o “Bonde do Rolê”, “Banda Uó”, “Mc Carol” e “Karol Conka” podem ser considerados vertentes *indie*.

Além desses tantos aspectos, tornamos a falar dos festivais de música independente, que se perpetuam até a contemporaneidade como berço da produção cultural alternativa desses artistas e produtores musicais da indústria fonográfica. Recentemente, um dos festivais de música mais populares na atualidade, o “Lollapalooza”, em sua 5ª edição brasileira, contou com uma apresentação das cantoras Karol Conka e Mc Carol, que compartilharam o palco e trouxeram ao festival, que carrega toda uma identidade imaginada ligada ao *indie*, uma convergência entre seus distintos ritmos e sonoridades de estilos. Esse encontro entre as artistas deu vida a uma parceria feita entre as duas, um *feat* na música “100% Feminista” do novo álbum da cantora Mc Carol. Ambas as artistas carregam em sua carreira um repertório musical que flerta com o engajamento sobre questões que envolvem o movimento negro e o movimento feminista.

A cantora Mc Carol, que vem do *funk* carioca (e que inclusive fez um *show* recentemente no Inferno Club, no Baixo Augusta), sempre teve uma ligação, nas letras de suas músicas, com uma visão de empoderamento da mulher e do movimento feminista, mostrando que a mulher também tem o poder e a liberdade de subir ao palco e falar sobre assuntos polêmicos como criminalidade, drogas e sexo, em uma posição, de igual para igual com outros Mc’s homens, sem usar sua própria sexualidade para conseguir ser ouvida. Pelo contrário, quando a cantora fala sobre sexo, ela não expressa nenhum

²² Um aplicativo de compartilhamento e execução de músicas.

tipo de pudor ou passividade em suas letras, demonstrando estar com o controle da situação quando a temática envolve a sexualidade.

Com o lançamento do seu primeiro álbum, a cantora problematiza sobre diferentes questões de cunho sociais em canções como “Delação Premiada”, que vai abordar a relação mantida entre os moradores das tantas periferias brasileiras (assim como aquela em que a própria cantora nasceu, cresceu e vive até hoje). O álbum intitulado “Bandida” traz muito da personalidade da Mc Carol e do *funk*, mas também dialoga com influências ligadas ao *indie*, o que pode ser observado na estética construída na capa do álbum e na sonoridade de algumas músicas que fogem um pouco dos padrões mantidos pelo “*funk proibidão*”, cantado pela cantora até então. É possível ver surgindo uma Mc Carol ressignificada pelo *mainstream*, para se adequar aos padrões que são construídos em torno ao *indie* como gênero musical.

No entanto, apesar de todo esse envolvimento com essas questões sociais, em que a cantora se mostra politizada quando fala sobre ser uma mulher gorda, negra e periférica que está fora dos padrões, e que alimenta uma visão feminista da mulher presente na sociedade e na mídia, seu álbum conta com músicas que contradizem um pouco esse engajamento feminista politizado. Como é o caso da canção “Prazer, amante do seu marido”, que foi muito criticada nas redes sociais por esse novo público que a cantora vem atraindo, obtidos por essa ressignificação “*indie funk*” feita em sua carreira.

Pode-se perceber nitidamente que, embora a cantora tenha uma posição engajada e que conflita com os padrões hegemônicos, desde o início de sua carreira, essa mudança recente parece ser fruto de uma interferência feita pelo *mainstream*, tentando construir padrões que adequem os artistas *indies* e suas identidades não normativas, sendo um processo em que se pega o engajamento e resistência que gira em torno das questões que envolvem a não normatividade e tenta-se enquadrar e criar um novo segmento de mercado, tornando os movimentos ligados a grupos feministas, LGBT’s, negros, periféricos, entre outros adornos que servem para ilustrar e legitimar a identidade construída para o gênero *indie* presente na indústria fonográfica e na mídia nos dias de hoje. Não digo que o engajamento da cantora seja falso,

mas sim que o *mainstream* se apropria desses elementos para ressignificá-los e tomá-los a seu favor e aos seus usos.

Esse mesmo festival foi tema de uma pesquisa realizada por Souto e Soares (2015), durante a 4ª edição do mesmo. Segundo os autores, o festival configura suas experiências em torno da imagem e imaginário ligados à sua estética, onde todo seu contexto reverbera nas afetividades e sensações em se vivenciar a experiência, e, assim, proporcionando ao público de ambas as cantoras, sejam *funkeiros* e/ou fãs de *rap* que vivenciem essas trocas e hibridismos musicais.

A cantora e rapper curitibana Karol Conka, por sua vez, também agrega à sua música elementos que envolvem questões sociais feministas e do movimento negro. Ela vai mais além, demonstrando um engajamento ligado ao movimento LGBT também. Essa “militância” que se dá através de sua arte pode ser observada em canções como “É o Poder”, onde a cantora, ao fazer uma crítica social aos padrões normativos e à hipocrisia que vivemos na sociedade, usa de diferentes personas e estéticas exóticas e fora dos padrões hegemônicos para ilustrar o clipe da mesma canção, no intuito de demonstrar que o mundo é repleto de diversidades, e que, apesar de serem poucos que mantêm o poder sociocultural, o mundo é feito por quem o faz mover-se e evoluir, e não por aqueles que perpetuam a estagnação, afogados em preconceitos. Outra canção que ajuda a ilustrar a personalidade da cantora e sua ligação com essas questões que norteiam sobre o ser/viver alheio aos padrões hegemônicos é a intitulada “Tombei”, a música que, em seu próprio título, já se apropria de uma gíria originada no meio LGBT, e que se refere ao ato de “destruir” alguém sendo superior ao mesmo, novamente abordando os problemas sociais e absorvendo referências que permeiam o exótico.

Com seu cabelo cor de rosa e a construção estética de moda em torno de seu estilo exótico, a cantora intitula seu gênero musical como sendo um “rap com K”, fazendo referência ao seu nome artístico que aponta o K como algo a ser destacado por ser diferente e fugir dos padrões hegemônicos (como seria o “Carol” com a letra C, algo convencional). São elementos como esses que ajudaram a cantora a construir uma identidade na indústria fonográfica e na

mídia, que a projeta como uma personalidade que se mostra díspar dos padrões hegemônicos e normativos que o *mainstream* costuma construir, sendo essa aversão, e ao mesmo tempo absorção do que a mídia promove, o que a torna uma artista que projeta e é referência no gênero *indie*.

A “Banda Uó” é mais um fenômeno que nos ajuda a entender do que se trata o *indie* como um gênero musical. A banda goiana, que mescla referências de diversos gêneros musicais (desde axé até sertanejo) e que surgiu em 2010 como uma festa/evento musical derivada da produção fonográfica independente dos artistas que a compunham, carrega em sua identidade e estilo composições que estão muito ligadas ao tecnobrega, fazendo uso do que é tido por cafona, brega e ordinário, daquilo que está vinculado ao passado, uma releitura da estética e dos modismos que fizeram sucesso na mídia dos anos 80 e 90 do século passado. Desde o seu surgimento, a banda produz músicas que envolvem elementos desse universo, que já são vistos como residuais (Williams, 1979) para os padrões hegemônicos contemporâneos. Sempre com muito bom humor e uma pitada maliciosa de conotação sexual e duplo sentido nas letras de suas músicas.

A banda tem um elo muito forte com o movimento LGBT; desde o seu início, ela se apresenta em boates e festas direcionadas a esse público. Seus integrantes, Davi Sabbag e Mateus Carrilho (com seu bigode inspirado nos anos 80, bem característico do Fred Mercury), são homossexuais assumidos, e a terceira vocalista, Candy Mel, é transexual. Candy Mel também esbanja seu estilo e identidade construídos em torno de uma afro-latinidade, o que pode ser observado em seus cachos volumosos que são exibidos com orgulho, e em sua pele cor de canela, que retrata a beleza da mulher brasileira. A cantora já foi convidada para fazer parte da campanha do “Outubro Rosa” da “Avon”, junto de outras mulheres (marca que já teve Mc Carol e Karol Conka estrelando outra campanha), o que demonstra as quebras de barreiras que conquistou sendo mulher trans, sendo o sinônimo (ainda que pequeno) do que é inclusão.

Recentemente, a banda lançou o clipe da música “Cremosa”, que conta com o patrocínio da bebida “Catuaba”, a mesma que relatamos anteriormente no texto, em que abordo sua relação com a construção desse estilo de vida

alternativo. Essa parceria entre a banda e a bebida só nos ajuda em nosso embasamento a respeito de como esse consumo está vinculado ao “ethos-alternativo” que tentamos conceber, ao longo de toda esta pesquisa.

O clipe da música vai beber de diversas referências do universo que engloba o “*ordinary people's*” (definição criada pelos estudos culturais britânicos a fim de se referir aos padrões sociais e estilo de vida dos homens comuns, salientando a importância em se analisar o modo de vida da grande massa). Construído em uma atmosfera melodramática, a música fala de um produto de beleza que promete ser milagroso, e que, no fim das contas, acaba gerando efeitos colaterais.

A partir desse enredo, a identidade da “Banda Uó” ajuda a dar vida à essa história; uma idosa vivendo solitária e a mercê do que a televisão aberta tem a lhe oferecer fica mudando de canal (o que salienta o modo de vida levado por uma grande parcela do público de massa), e esses elementos vão sendo reproduzidos na tela, desde programas de venda por telefone (com produtos como tapetes, joias e eletrodomésticos “milagrosos”) até um *talk show* com a cantora Lady Gaga sendo entrevistada (interpretada pela *drag queen* Penelopy Jean, que é considerada a cover *drag* mais parecida com a cantora no mundo), novelas do melodrama latino, telejornal seguindo a estética do “Jornal Nacional”, banheira de sabão no estilo “Banheira do Gugu” e programa de auditórios com cartazes de caravana e espaço para o *merchandising* dos produtos “Cremosa” (sendo esse o programa em que, por mais que a telespectadora tente mudar de canal, a antena de sua televisão torna a por nesse mesmo canal, obrigando-lhe a assistir esse conteúdo).

No desenrolar de toda essa trama, enquanto a telespectadora tenta mudar de canal, o que surge na tela são os cantores da banda vestidos de Compadre Washington e Beto Jamaica (vocalistas da banda “É o Tchan”, que fez muito sucesso nos anos 90). A cantora Candy Mel, por sua vez, aparece vestida de Carla Perez (dançarina da banda “É o Tchan”), fazendo a performance de “vai ralando na boquinha da garrafa”, e, para isso, usando uma garrafa de “Catuaba” como a grande estrela da coreografia.

Por fim, ao ver os efeitos colaterais causados pelos produtos de beleza “Cremosa”, oferecidos incessantemente pelo *merchandising* do programa, a telespectadora se vê em desespero tentando desligar a televisão e fugir desse consumo. Nesse momento, surgem os três integrantes da “Banda Uó” (Mateus caracterizado como o apresentador do programa de auditório; Candy Mel como cantora (estrela dos produtos “Cremosa”); e Davi como vendedor/promotor de vendas do *merchandising* dos produtos “Cremosa”). Todos eles saídos da tela da TV para dentro da sala de estar da telespectadora, que entra em pânico quando percebe que os efeitos colaterais dos produtos “Cremosa” estão afetando sua pele (referências que enfatizam e fazem uma crítica social às relações mantidas entre a ferocidade da mídia e o público de massa enquanto um consumidor passivo).

É nessa resignificação do ordinário e na apropriação dos elementos que fazem parte do mais extremo popularesco presente na mídia que a “Banda Uó” constrói sua identidade. São essas referências que nos ajudam a identificar como o residual é resignificado e torna-se emergente (Williams, 1979), tornando-se também uma referência que ajuda a construir a identidade desses grupos juvenis e seu estilo de vida alternativo, elementos que agregam valor e distinção (Bourdieu, 2007), que os legitima.

Figura 01 – Clipe “Cremosa” 01

(“Banda Uó”)



Fonte: Print Retirado do Clipe “Cremosa”²³.

Figura 02 – Clipe “Cremosa” 02

(“Banda Uó”)



Fonte: Print Retirado do Clipe “Cremosa”.

²³ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=UMxJk18ltqc>. Acesso em: Fevereiro. 2017.

Figura 03 – Clipe “Cremosa” 03
 (“Banda Uó”)



Fonte: Print Retirado do Clipe “Cremosa”

Figura 04 – Clipe “Cremosa” 04
 (“Banda Uó”)



Fonte: Print Retirado do Clipe “Cremosa”

Figura 05 – Clipe “Cremosa” 05
 (“Banda Uó”)



Fonte: Print Retirado do Clipe.

Figura 06 – Clipe “Cremosa” 06
 (“Banda Uó”)



Fonte: Print Retirado do Clipe.

No mesmo mês em que o clipe da “Banda Uó” foi lançado, as artistas brasileiras Aretuza Lovi e a paulista (que tem o hábito de sempre dizer com orgulho que vem da Zona Leste da capital paulista, e que inclusive está na letra de uma de suas músicas, o que legitima seu engajamento como agente que faz parte das subculturas) Gloria Groove fazem um “*feat.*”²⁴ para lançar o clipe da música intitulada “Catuaba”, as duas são *drags*, *performers* e cantoras reconhecidas e famosas no meio LGBT, já tendo participado de programas

²⁴ Abreviação da palavra inglesa “*featuring*” (que pode ser traduzida por “com a participação especial de”). Refere-se a parcerias em que um artista é convidado a fazer uma participação especial na produção do outro (recurso frequentemente usado na indústria fonográfica).

como “Amor e Sexo” da Rede Globo, sendo figuras corriqueiras nas casas noturnas do Baixo Augusta.

A música, por si só, já narra em sua letra o que seria a socialidade construída entre um grupo de amigos passando uma noite pelo Baixo Augusta, uma noite com muita música, dança e regada a muita “Catuaba”. Construída através da convergência de vários ritmos, a melodia absorve de referências de gêneros como *rap* (gênero musical predominante na carreira de Gloria Groove) *funk* e *pop*, além do eletrônico característico e presente nos *shows* de *drag*.

Fazendo referência à outra artista que está inserida nesse universo alternativo, a cantora e *funkeira* bissexual assumida Tati Zaqui, a música tem um trecho que diz “fiquei *muy loca*, rasguei a roupa, fogo no uh, xote de catu”, que nos remete à canção de Tati Zaqui, “Água na Boca”, no trecho em que diz “fiquei mui loca, rasguei a roupa, fogo no, chote de catu”. As semelhanças vão além da letra, sendo a similaridade na melodia o que mais chama a atenção. O mais interessante a se pensar sobre Tati Zaqui, e que se torna relevante para esse trabalho, é o fato da cantora por um lado sofrer rejeição e ter sido criticada pelo público LGBT por cantar um tipo de “*funk* heteronormatizado”; mas, por outro lado, ser uma das cantoras mais tocadas nas casas noturnas do Baixo Augusta. O que demonstra o processo conflituoso que acontece entre esses grupos juvenis alternativos, em que se rejeita por um lado e por outro se ressignifica para absorver o produto oferecido pela indústria fonográfica.

Outros trechos interessantes que pudemos observar na letra da música são: “Depois de três doses eu faço a Beyonce”, “Tentação dança até o chão, cabeça pra o alto, catuaba na mão” e “Oh Aretuza eu já passei no mercadinho” (os grupos juvenis costumam comprar bebida nos mercados das imediações, já que as bebidas tem um custo mais baixo que dentro das casas noturnas e bares), o que ajuda a ilustrar a noção que se tem do Baixo Augusta como um espaço libertador, onde seus frequentadores podem ir além dos padrões hegemônicos impostos pela sociedade em seus cotidianos.

Dois pontos interessantes sobre a estética construída no clipe da música são os figurinos e o cenário, que, além de trazerem referências étnicas e

animalescas para representar a noção de “selvagem”, conforme descrito no rótulo da bebida, se misturam com elementos e uma estética construída com base nas baladas da década de 80. Outro ponto forte são os dançarinos com uma estética andrógina, vestindo maiôs, principalmente um negro, de cabelo descolorido, barba e batom rosa, que dança e rebola com gestos que a normatividade define por femininos. São desconstruções de gêneros e padrões como essas que alimentam e são reproduzidas diariamente pelos grupos alternativos do Baixo Augusta.

Figura 07 – Clipe “Catuaba” 01

(Aretuza Lovi ft. Gloria Groove)



Fonte: Print Retirado do Clipe “Catuaba”²⁵.

Figura 08 – Clipe “Catuaba” 02

(Aretuza Lovi ft. Gloria Groove)



Fonte: Print Retirado do Clipe “Catuaba”.

Figura 09 – Clipe “Catuaba” 03

(Aretuza Lovi ft. Gloria Groove)



Fonte: Print Retirado do Clipe “Catuaba”.

Figura 10 – Clipe “Catuaba” 04

(Aretuza Lovi ft. Gloria Groove)



Fonte: Print Retirado do Clipe “Catuaba”.

²⁵ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=IP6CrIHs2Ekqc>. Acesso em: Fevereiro. 2017.

Figura 11 – Clipe “Catuaba” 05

(Aretuza Lovi ft. Gloria Groove)



Fonte: Print Retirado do Clipe “Catuaba”.

Figura 12 – Clipe “Catuaba” 06

(Aretuza Lovi ft. Gloria Groove)



Fonte: Print Retirado do Clipe “Catuaba”.

É importante ressaltar também que existe uma crescente produção fonográfica em meio à cena LGBT, ligada aos grupos alternativos presentes no Baixo Augusta (e em outras localidades). Essa cena musical é produzida por parte de algumas *drag queens*, travestis e transexuais que decidiram romper os limites das apresentações, dublando grandes divas, e passaram a se lançar como cantoras. Essa cena vem se formando por artistas como: Pablio Vittar, Lia Clark, Gloria Groove, Aretuza Lovi. E ainda por artistas que não são *drags*, mas que fazem parte do movimento LGBT, como: Mc Pepita e Mc Trans, que já têm uma carreira consolidada na indústria fonográfica e que começaram suas produções fonográficas no mundo da música já como cantoras, e não com performances e apresentações comuns no universo *drag*.

As cantoras são artistas que fazem parte do processo de crescimento desse segmento na indústria fonográfica, carregando elementos que estão vinculados ao consumo musical desses grupos juvenis alternativos (como na parceria musical feita entre Lia Clark e Mc Pepita no clipe da música “Chifrudo”). A música vem sendo cada vez mais tocada nas casas noturnas do Baixo Augusta, e está se tornando um “*hit* de verão” para os grupos juvenis que frequentam a região (principalmente o público LGBT). A canção, que trata de um empoderamento feminino (através da vingança da esposa traída, devolvendo na mesma moeda) traz mensagens como “Não precisamos de homem para porra nenhuma” e “Pau no cu do mundo”. O clipe retrata, em sua

construção estética, um bloco de carnaval formado por agentes culturais que carregam elementos da identidade e do estilo de vida alternativo presente no Baixo Augusta (o nome do bloco é “Baile da Boneca”; há um beijo “lesbico” dado entre as cantoras; coroas feitas com flores, que é um elemento ligado à música *indie*; placas com frases como “#ForaTemer”, que retratam questões de engajamento e resistência; e a própria estética andrógena e fora dos padrões normativos dos figurantes que fazem parte do bloco de carnaval).

Figura 13 – Clipe “Chifrudo” 01

(Lia Clark feat. Mulher Pepita)



Figura 14 – Clipe “Chifrudo” 02

(Lia Clark feat. Mulher Pepita)



Fonte: Print Retirado do Clipe “Chifrudo”²⁶.

Fonte: Print Retirado do Clipe “Chifrudo”.

Figura 15 – Clipe “Chifrudo” 03

(Lia Clark feat. Mulher Pepita)



Figura 16 – Clipe “Chifrudo” 04

(Lia Clark feat. Mulher Pepita)



Fonte: Print Retirado do Clipe “Chifrudo”.

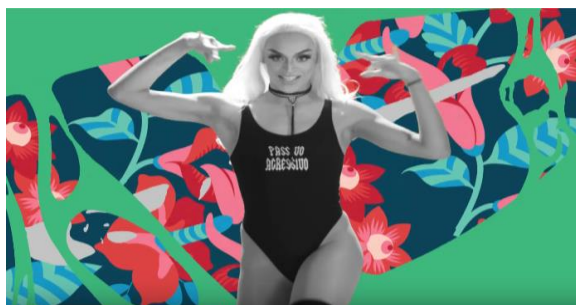
Fonte: Print Retirado do Clipe “Chifrudo”.

²⁶ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=OJK97kvgA0k>. Acesso em: Fevereiro. 2017.

Pablo Vittar (*drag queen*) consolida sua carreira de cantora com o lançamento de seu álbum “Vai Passar Mal”. O álbum carrega um repertório com músicas que mesclam elementos do universo *pop* e LGBT ligados a ritmos que carregam a identidade tropical e exótica das regionalidades presentes no Brasil (como o forró, carimbó, tecnobrega e calipso). A cantora fez, recentemente, uma parceria com o cantor Rico Dalasam (também ligado ao universo LGBT e dono de uma identidade e estética que rompem os padrões delimitadores de gênero através da androgenia). No clipe da música “Todo Dia”, que em sua letra faz uma referência ao estilo de vida levado por muitos dos grupos juvenis durante o período de Carnaval, no refrão da música os cantores dizem: “Eu não espero o Carnaval chegar pra ser vadia, sou todo dia, sou todo dia”. Essa noção de um estilo de vida descompromissado e livre dos padrões impostos pela sociedade é elemento que traduz muito bem a socialidade vivida pelos grupos alternativos do Baixo Augusta. A música também faz referência à desconstrução de padrões normativos dentro do próprio movimento LGBT (como a noção que se tem de que o passivo está em uma posição de submissão em relação ao ativo, assim como a mulher está para o homem em uma sociedade machista). Essa intenção de desconstruir estereótipos é retratada em diversos momentos na letra da música, e pode ser observada na frase “Passivo agressivo”, estampada no *colant* usado por Pablo Vittar.

Figura 17 – Clipe “Todo Dia” 01

(Pablo Vittar feat. Rico Dalasam)



Fonte: Print Retirado do Clipe “Todo Dia”²⁷.

Figura 18 – Clipe “Todo Dia” 02

(Pablo Vittar feat. Rico Dalasam)



Fonte: Print Retirado do Clipe “Todo Dia”.

²⁷ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=HT1LTv5FHTY>. Acesso em: Fevereiro. 2017.

Figura 19 – Clipe “Todo Dia” 03

(Pablo Vittar feat. Rico Dalasam)

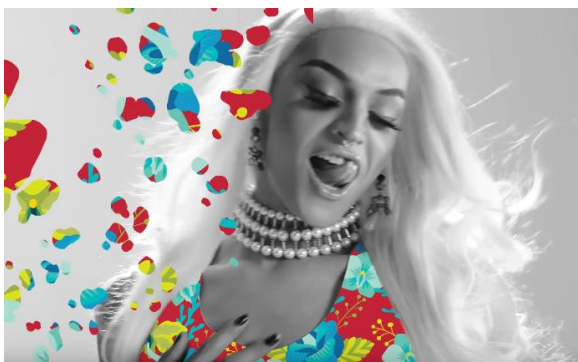


Figura 20 – Clipe “Todo Dia” 04

(Pablo Vittar feat. Rico Dalasam)



Fonte: Print Retirado do Clipe “Todo Dia”.

Fonte: Print Retirado do Clipe “Todo Dia”.

Apesar do vínculo formado entre o universo *drag* e a música *pop*, essas artistas vão cantar gêneros musicais como o *funk*, *rap*, forró, entre outros gêneros musicais que se mostram inusitados quando relacionados com a personificação de uma *drag*, e que se originam das periferias e das subculturas, assim como o movimento LGBT, que é marginalizado pelos padrões sociais normativos. Esses são artistas que consolidam suas carreiras de maneira independente e sem vínculos com as grandes gravadoras, de formas alternativas a fim de criarem uma cena musical díspar do comumente visto no *mainstream*.

Um dos principais artistas da produção *indie* no mercado fonográfico brasileiro atual é o cantor, compositor e DJ, Jaloo (Jaime Melo), que, por sinal, é personagem corriqueiro na cena/cenário musical do Baixo Augusta. O cantor, que nasceu em Castanhal (cidade próxima à capital do Pará, Belém), em 1987, iniciou sua carreira em 2010, e vem exercitando sua musicalidade com uma série de versões únicas para *hits* em *covers*²⁸, *remixes*²⁹ e/ou *mashups*³⁰. Por suas origens, Jaloo flerta com o tecnobrega³¹, tradicionalmente paraense, além de usar, como referências, gêneros como a MPB, a música eletrônica sueca, 8-

²⁸ Repetição reestruturada de uma música/canção já existente.

²⁹ Alterações sonoras, tendo como base uma música/canção já existente.

³⁰ A mixagem da união de duas ou mais músicas, criando-se, assim, uma nova.

³¹ Gênero musical característico da região norte do Brasil, que une referências bregas a tecnológicas.

bit, *sci-fi*, *r&b*, e o próprio *indie*. A estética usada nos *clips* e no trabalho gráfico do artista também é interessante, apresentando convergências entre a estética *indie* e a “tupiniquim”, tradicionalmente brasileira.

O cantor está muito ligado à produção fonográfica independente, por não se adequar totalmente aos padrões do tecnobrega. Com o intuito de produzir música diferenciada, encontrou, em São Paulo, e principalmente no Baixo Augusta, o público que compartilha do mesmo gosto/estilo que o artista, construindo aqui sua carreira. Também é ligado ao movimento LGBT por fazer parte do mesmo e ter grande parte de seu público formado por grupos juvenis que estão inseridos nesse meio. Esse elo de Jaloo com o LGBT pode ser observado na estética andrógena construída em seu estilo pessoal e ainda mais ressaltada em seus figurinos de *show*.

Figura 21 – Clipe “Insight” 01
(Jaloo)



Figura 22 – Clipe “Insight” 02
(Jaloo)



Fonte: Print Retirado do Clipe “Insight” ³².

Fonte: Print Retirado do Clipe “Insight”.

³² Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=pg-CYzhiyQU>. Acesso em: Fevereiro. 2017.

Figura 23 – Clipe “Ah! Dor!” 01

(Jaloo)

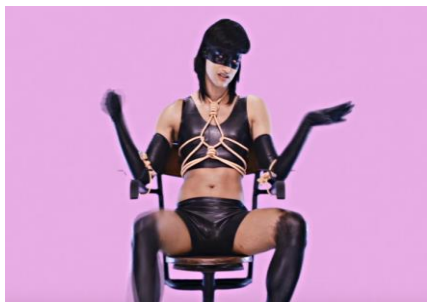
Fonte: Print Retirado do Clipe “Ah! Dor!”³³.

Figura 24 – Clipe “Chuva” 01

(Jaloo)

Fonte: Print Retirado do Clipe “Chuva”³⁴.

Figura 25 – Clipe “Chuva” 02

(Jaloo)



Fonte: Print Retirado do Clipe “Chuva”.

Figura 26 – Clipe “Chuva” 03

(Jaloo)



Fonte: Print Retirado do Clipe “Chuva”.

O artista relata, em entrevista à apresentadora, blogueira e youtuber MariMoon (visto em entrevista no *Youtube* “Jaloo veio em casa!”), que vem sendo muito comparado com a cantora Björk por seus fãs, por produzir música de maneira tão desconstruída e performatizar de forma exótica em seus *shows* e clipes. Seus figurinos têm um tanto de referências que absorvem do personagem extraterreno construído no personagem “Ziggy Stardust”, vivido pelo cantor David Bowie, e que, ao se mesclar com sua “brasilidade tupiniquim”, nos remete às performances feitas por Ney Matogrosso em meados das décadas de 70 e 80 do século passado.

³³ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=uexsd00ep40>. Acesso em: Fevereiro. 2017.

³⁴ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=VBcZgimFXVc>. Acesso em: Fevereiro. 2017.

De uma androgenia exótica, Jaloo nos faz lembrar do cantor Daniel Peixoto, recifense que surgiu no mercado fonográfico independente aos 19 anos na banda “Montage”, no início dos anos 2000, construindo uma estética que mesclava os gêneros através dos figurinos e maquiagens. No fim dos anos 2000, já em carreira solo, o cantor, que tem uma produção independente na indústria fonográfica, continuou a produzir músicas que mesclam o universo *pop* e seu regionalismo pernambucano, conciliando uma carreira que se mantém até hoje entre a ponte aérea Recife/São Paulo, onde encontrou o público que aprecia sua produção alternativa.

O cantor Jaloo, assim como a cantora Karol Conka, tem parceria com a “Skol Music”, projeto que se deriva da marca de cerveja “Skol” e de sua ligação com o universo musical e festivais como o “Skol Music Festival”, o “Skol Music Pass” e o “Skol Sensation”. A “Skol Music” funciona como uma produtora/gravadora que faz parcerias com alguns artistas iniciantes e que tem uma produção independente já latente, no intuito de promovê-los e inseri-los no *mainstream* (visto em entrevista no Youtube “Jaloo veio em casa!”). Parcerias que acontecem de maneiras alternativas e à margem do que propõe a relação entre os artistas e as grandes gravadoras, constituindo o gênero *indie* que enfocamos neste subitem, tendo como foco sua presença nos circuitos “alternativos” do Baixo Augusta.

2.2 SCRATCH X VOCAL: MERGULHANDO NAS SONORIDADES PRODUZIDAS PELOS DJS E BANDAS DO BAIXO AUGUSTA.

No trabalho de campo, que buscou perceber como se dão as práticas de consumo musical e a construção da cena musical alternativa construída pelos grupos juvenis no Baixo Augusta, e ao pensar os espaços ideais para retratar as práticas culturais ligadas às sonoridades e ritmos dessa cena musical, indo além das práticas e ritualidades que acontecem por todo o espaço urbano do bairro e suas territorialidades, três casas noturnas/espços foram escolhidos para guiar a pesquisa que se baseia na etnografia da vida noturna dentro desses estabelecimentos ao escolher o “Beco 203”, o “Inferno Club” e o “Espaço Desmanche”. Tentamos focar tanto nas diferenças dos públicos que

frequentam, quanto em suas semelhanças. Ainda que façam parte do mesmo circuito musical, cada um dos estabelecimentos volta-se para alguns gêneros musicais: o “Beco 203”, mais voltado para o *pop*; o “Inferno Club”, mais direcionado ao *rock*; e o “Espaço Desmanche”, com referências do *rap* e *hip-hop*. Gêneros musicais distintos que, dentro dessas casas noturnas, se misturam com tantos outros, e flertam com o que se entende por *indie* como gênero musical.

O “Beco 203” apresenta um público mais jovem e ligado às sonoridades derivadas da música *pop* com misturas tanto do *pop* norte-americano, quanto das *pop*-latinidades presentes no *pop* da América Latina. O local também conta com festas temáticas que envolvem o universo *geek*, *quadrinhos*, e até desenhos animados, assim como festas em forma de tributos às divas do *pop* (atuais e antigas), festas inspiradas numa noção de “latinidade” exótica e melodramática articuladas às telenovelas mexicanas, além de festas inspiradas em *hits* de diferentes décadas que foram trilha sonora de gerações.

O “Inferno Club” tem em seu repertório ritmos que derivam do *rock and roll*, com um público que adere às diversas vertentes do *rock* mescladas ao *indie*. A balada conta com apresentações de *DJ*’s e bandas, sendo esse um dos principais motivos por tê-la escolhido. Com intuito de perceber as diferenças e semelhanças nas práticas entre um público que consome os *scratches* e *mixagens* presentes na *playlist* dos *DJs*, e as sonoridades produzidas ao vivo por diferentes bandas.

O “Espaço Desmanche”, por sua vez, conta com um repertório de festas temáticas baseadas em clássicos do cinema, sendo esse um dos principais diferenciais que nos chamou a atenção. Além da relação do nome da casa noturna (*desmanche*) vinculado à estrutura e *design* do estabelecimento que remete a um *desmanche* de carros dos anos 70 do século passado. Toda essa atmosfera em torno da imagem e imaginário do estabelecimento, assim como os ritmos tocados por lá, carrega um aspecto mais periférico proporcionado pelo *rap* e *hip-hop*, que se relacionam com as misturas de diferentes ritmos presentes no repertório de suas festas e atmosfera de resistência criada ao tornar algo periférico e meio *underground* (como um *desmanche* de carros) em

um espaço de socialidade e entretenimento, o que dialoga muito bem com tudo que se propõe a estudar nesta pesquisa.

Esses estabelecimentos, assim como outros da região (cada um a seu modo), contribuem para a formação de uma cena/circuito musical que contempla uma relação latente com a identidade imaginada em torno do espaço urbano do Baixo Augusta como território. Segundo Janotti Jr. e Sá (2013), e ainda Herschmann (2013), os conceitos de cena/circuito musical se referem a um espaço que propícia e colabora para o desenvolvimento de ritualidades e socialidades que legitimam os estilos/gêneros e ritmos envolvidos em seu entorno, criando um sentimento de pertencimento tanto nos grupos/sujeitos, quanto no território, que passa a ser mantido por suas diversas identidades concebidas por essas ritualidades que legitimam o Baixo Augusta como um espaço urbano formado por suas cenas musicais.

Um forte elemento que contribui para a significação da cena/circuito musical é a paisagem sonora que o contempla. Segundo Pereira e Borelli (2015), a paisagem sonora é a composição de todo e qualquer som/ruído que pode ser ouvido no ambiente, levando-se em consideração o processo de recepção do mesmo, ou seja, como são percebidos os sons por aqueles que os ouvem. Sá (2010) conceitua a paisagem sonora como algo que se mostra como um processo auxiliar para se notar as diversas sonoridades que compõem cada ambiente/espaço em nosso cotidiano. Segundo ela, a paisagem sonora é comparável às próprias paisagens que contemplam o processo de visualidade (em um parâmetro estético), sendo o *soundscape*³⁵ o elemento para definir a mesma experiência. No entanto, o *soundscape* é a ferramenta que permite, através da sensorialidade auditiva, a percepção da paisagem sonora como sendo o som que delimita um determinado espaço/ambiente.

Há que se pensar na paisagem sonora do Baixo Augusta como algo que se mostra peculiar frente às demais, por existirem amplas e distintas

³⁵ Refere-se ao espaço e à capacidade de perceber esse espaço, de maneira auditiva e sensória. Sendo um ambiente físico e, ao mesmo tempo, uma forma de perceber e decodificar (de maneira culturalmente construída) esse espaço físico.

referências audíveis opostas e/ou semelhantes coexistindo e compartilhando o mesmo espaço, que se mesclam, convergindo em formas híbridas de cada sonoridade, apresentando nuances flexíveis em sua multiplicidade de tantos gêneros musicais que podem ser ouvidos ao mesmo tempo. Desse modo, percebendo na cena musical do Baixo Augusta mesclas de fragmentos de diversos estilos e ritmos, que em sua multiplicidade contempla o ambiente como um ecossistema sonoro extremamente rico, variado e conflitante.

Dessa maneira, cada uma das casas noturnas escolhidas vai fazer uso de um repertório musical específico, assim como formas distintas de apropriar-se e ressignificar esses gêneros musicais, criando suas identidades e a relação mantida com seus públicos. Um importante elemento que nos chama a atenção e que engloba essas casas noturnas é o uso que todas fazem (cada uma a seu modo) do universo *pop*, vinculando elementos que fazem parte do *mainstream* e que estão em uma posição social dominante (Williams, 1979), e, ao mesmo tempo, mesclando com referências que se fazem presentes nesses grupos juvenis engajados e contra o *establishment*. Isso conflita violentamente com tudo que é derivado do *pop* e da cultura de massas. São essas contradições que dão vida ao que entendemos por não hegemônico, ao que é construído através da inflamação existente na resistência, porém, articulando e negociando, buscando formas alternativas (ainda que não explícitas/evidentes num primeiro momento), para que o diálogo seja possível, assim como um “ponto de sutura” (Stuart Hall, 2014).

2.2.1 “BECO 203”

Fotografia 17 – Socialidade na Pista

(Beco 203)



Fonte: Fotografado pelo autor.

Descendo a Rua Augusta sentido centro da cidade, em um sábado à noite, por volta das 23:00, já na esquina do cruzamento com a Rua Dona Antônia de Queirós, é possível notar uma aglomeração de pessoas, que parece incomum. São pessoas que se amontoam, se espremendo nas calçadas dos bares que estão situados nas duas esquinas do lado direito, ocupando parte até mesmo do asfalto e obstruindo a passagem dos pedestres e motoristas. Mas além dessa socialidade corriqueira construída por jovens que bebem e conversam ocupando um espaço que vai além do que a estrutura dos bares suporta, outros tantos se enfileiram de maneira desordenada em direção à entrada do “Beco 203”. É a partir desse ponto que podemos observar a fila que se forma para entrar em uma das casas noturnas mais lotadas do Baixo Augusta. Foram fins de semana, um após o outro, observando essa cena se repetindo na maioria das vezes em que fomos etnografar a região.

Ao entrar na fila, já podemos observar pessoas que estão completamente bêbadas antes mesmo de entrar na balada. Alguns outros já estão do lado de fora da casa noturna para fumar e logo retornarem para

dentro. Esses grupos são formados por uma grande diversidade, sendo uma das mais notáveis, a condição sexual; uma casa noturna que abriga heterossexuais e LGBTs que parecem coexistir em harmonia. Em sua maioria, jovens que não aparentam ter muito mais que seus 18 anos.

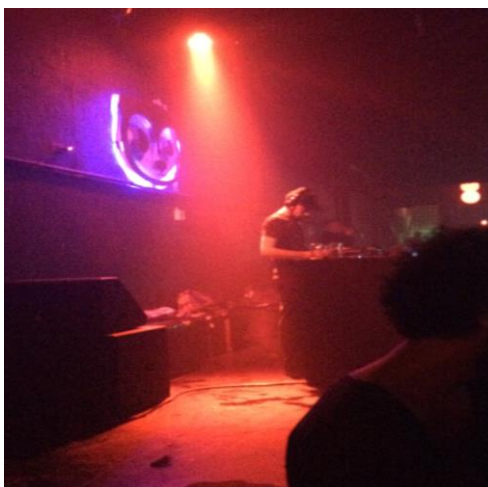
Pouco mais que 30 minutos na fila até a entrada, e mais alguns minutos perdidos em uma segunda fila que se forma lá dentro. Ali no corredor de entrada, as paredes e os guichês de atendimento que formam um beco onde as pessoas se enfileiram. Parece ter sido construído por algum tipo de telha de amianto feita com algum material reciclável, o que reforça ainda mais a estética construída para se assemelhar a um beco, nomenclatura que intitula a própria casa noturna.

Ao lado do “Beco 203”, está localizado o “Anexo B”, uma outra casa noturna bastante movimentada. As duas baladas são do mesmo proprietário, e, em algumas festas específicas, ambas se tornam uma só casa noturna por meio de portas de acesso localizadas na parede que divide as duas.

Assim que entramos no “Beco 203”, vemos um enorme salão e uma multidão de jovens dançando. A casa noturna, apesar de ter muito espaço, se torna pequena levando-se em consideração a quantidade de pessoas que a frequenta. Com um palco bastante grande, onde se encontra o logo da balada na parede em neon (um gato preto), e uma pista maior ainda, o piso térreo da casa conta com dois bares e um segundo palco com vários *pole dance*, onde o público pode subir e performatizar, fazendo seu próprio *show*, cena corriqueira vista por lá. Os frequentadores lotam esse palco e dublam as músicas que estão tocando de maneira performática e espalhafatosa.

Fotografia 18 – Palco / Logo

(Beco 203)



Fonte: Fotografado pelo autor.

Fotografia 19 – Pista / Teto

(Beco 203)



Fonte: Fotografado pelo autor.

Ali, do meio da pista que exala calor humano e adrenalina em excesso, o teto é repleto de lâmpadas de *led* gigantes que acendem e piscam ao ritmo da música tocada pelo *DJ*. É possível também ver duas vitrines localizadas no piso superior, são dois vidros de aproximadamente 2,5 metros de altura e 1,5 de largura, um ao lado do outro, e cercados por *led* (o que chama bastante a atenção de quem está ali no meio da pista). Os vidros comportam o corpo inteiro de uma pessoa (cada um), e é de lá que os frequentadores observam o movimento na pista e também dançam e fazem coreografias para serem vistos lá de baixo.

Fotografia 20 – Vitrine

(Beco 203)



Fonte: Fotografado pelo autor.

Subindo as escadas, damos de cara com um painel na parede, feito de extintores vazios pintados de vermelho, cada um com uma letra pichada, formando a palavra em inglês “*revolution!*” (revolução), o que ajuda a construir e reforçar a identidade “transgressora” da casa noturna e do Baixo Augusta, e que nos permite perceber que existe ali uma busca constante em ser contra hegemônico e resistir de alguma maneira. Obviamente que o painel faz parte da composição estética e identitária que a casa noturna pretende transmitir, mas é importante perceber que há uma relação consensual entre os grupos de frequentadores e o “Beco 203” em torno desse certo engajamento, afinal, foi pensando em seu público que a casa noturna construiu sua identidade visual e ambientação.

Fotografia 21 – Extintores / *Revolution*

(Beco 203)



Fonte: Fotografado pelo autor.

A comunicação visual presente na casa noturna é diferenciada e inusitada, como por exemplo as placas dos banheiros feminino e masculino, havendo no feminino um luminoso com uma taça de *Martini*, e no masculino um luminoso igual com uma garrafa de cerveja. É curioso como um espaço que abriga tal pluralidades socioculturais e que se mostra também engajado estereotipa os gêneros e os distingue. Seguindo esse padrão de comunicação visual, a chapelaria tem um luminoso com o desenho de um cabide, e, logo ao lado da mesma, vemos um painel pintado com o “gato preto” (logo da balada) em forma de caveira, com a frase que diz “só o Beco salva”.

Fotografia 22 – Logo / “Só o Beco Salva”

(Beco 203)



Fonte: Fotografado pelo autor.

A intenção desse piso/andar é ter um segundo ambiente mais tranquilo, mas o entra e sai das pessoas é constante; além de diversos sofás e puffs que são muito disputados, a sala conta com um *hockey* de mesa e um fliperama, onde alguns jovens disputam um espaço para jogar, além da vitrine que hora ou outra sobe alguém para dançar e ser filmado por algum amigo que está na pista.

Fotografia 23 – Fliperama

(Beco 203)



Fonte: Fotografado pelo autor.

Podemos perceber que ali é muito comum ver os jovens dormindo nos sofás (alguns bêbados e outros não), muitos parecem ter entrado na balada apenas para dormir, pois já no começo da noite estão jogados no sofá, e passam a noite toda no mesmo lugar. Talvez por terem ido sozinhos, ou por terem exagerado na bebedeira na rua, esse seja um lugar “confortável” para terminar a noite. Outros tantos jovens se amontoam sentados pelo chão, conversam, dão risada e brincam como se estivessem em uma praça/parque.

Fotografia 24 – Dormindo na Balada

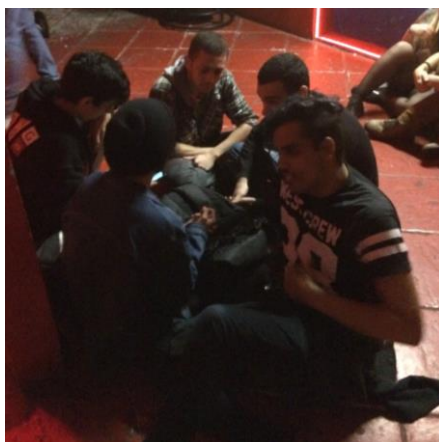
(Beco 203)



Fonte: Fotografado pelo autor.

Fotografia 25 – No Chão da Balada

(Beco 203)



Fonte: Fotografado pelo autor.

Dentre tudo que pudemos observar durante a noite dentro do “Beco 203”, o celular se tornou o elemento que mais chamou a atenção, são *selfies* e *lives* sendo feitas para todos os lados. Além da música, da dança e da diversão proporcionada pela casa noturna, os jovens parecem dar uma importância a mais para as redes sociais, demonstram uma preocupação constante em mostrar na rede que estão ali se divertindo. É como se o *check-in* no “Beco 203” os ajudasse a conquistar distinção social e legitimasse suas identidades, o que de fato acreditamos que aconteça.

Fotografia 26 – Uso de Celular

(Beco 203)



Fonte: Fotografado pelo autor.

A casa noturna tem uma faixa de preço cobrado pela sua entrada que gira em torno de: R\$ 35,00 no guichê no momento da festa; R\$ 25,00 com nome na lista; R\$ 20,00 nas compras antecipadas pela internet; R\$ 70,00 com consumação. Tendo também eventuais festas “*open bar*” com uma faixa de preço em torno de: R\$ 50,00 com nome na lista ou compra antecipada pela internet; R\$ 70,00 no guichê no momento da festa.

Os gêneros musicais mais tocados nas festas do “Beco 203” estão predominantemente ligados ao universo *pop*, com músicas que foram/são grandes *hits* populares nos grupos juvenis. Os agentes culturais dançam e socializam com muito *indie pop* com artistas como Tove Lo; Sia; Melanie Martinez, e *pop* internacional cantado por artistas do “meio *teen*” como Ariana Grande; Justin Bieber; Selena Gomez; Taylor Swift.

2.2.2 “INFERNO CLUB”

Fotografia 27 – Socialidade na Pista

(Inferno Club)



Fonte: Fotografado pelo autor.

Para um sábado à noite, a casa noturna parece ser bem mais tranquila, sem grandes filas. Chegamos na entrada do “Inferno Club”, que está localizado na Rua Augusta entre os cruzamentos com as ruas Dona Antônia de Queirós e

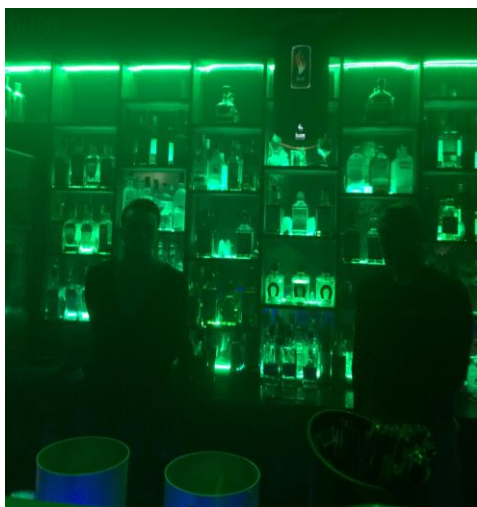
Marquês de Paranaguá (alguns metros depois do “Beco 203”, na mesma calçada).

Já na entrada, é possível observar que a balada leva seu nome muito a sério quando se trata de sua ambientação. Com uma fachada toda preta e seu letreiro de neon vermelho, a casa noturna parece ser um convite aos portões do inferno. Ao chegarmos ao guichê onde a recepcionista (que inclusive tem um estilo peculiar que dialoga com toda aquela ambientação) nos dá uma ficha de consumação de um *drink* de brinde, *drink* que tinha duas opções, cerveja ou a tão famosa e adorada por esses grupos juvenis, a “Catuaba”, que vem sendo abordada por tantas vezes durante essa pesquisa.

Após entrarmos, já damos de cara com a chapelaria, onde trabalham duas garotas que dialogam com a mesma estética que a anterior (tatuadas, maquiagem pesada e cheias de *piercings*) o que ressalta a noção que se tem do que se entende por “roqueiros”. Ali, naquele *hall* de entrada, os papéis de parede vermelhos, um aparador com um espelho antigo pendurado na parede acima dele, e um livro em que os frequentadores assinam e deixam mensagens, cria ainda mais uma atmosfera tenebrosa, nos remetendo a um filme de vampiros com uma estética bem gótica. Nesse mesmo espaço, nas laterais, há alguns *futons* para as pessoas relaxarem. É ali que descobrimos um fato curioso, a senha do wi-fi do estabelecimento, “queimaele666”, uma sátira muito bem humorada feita pela casa noturna.

No segundo ambiente do “Inferno *Club*”, está localizada a pista, com uma espécie de arquibancada de concreto que funciona como se fossem mesinhas, onde alguns grupos sentam e conversam, e do lado direito está localizado o bar formado por uma enorme estante com nichos iluminados por neon. Nas paredes, podemos observar imagens demoníacas coladas, recortes que parecem ter saído de algum livro da idade média, período em que a igreja católica tinha o hábito de ilustrar algumas figuras demoníacas como sinal de alerta e forma de catequisar a população. Nos recortes, pode-se observar pessoas sendo torturadas de diferentes maneiras, um misto de dor e luxúria que nos remete a uma noção de purgatório sadomasoquista.

Fotografia 28 – Bar

(Inferno *Club*)

Fonte: Fotografado pelo autor.

Fotografia 29 – Imagens Demoníacas

(Inferno *Club*)

Fonte: Fotografado pelo autor.

Logo ao lado, está o único poste de *pole dance* da casa noturna, espaço disputado por muitos dos frequentadores. O palco do lugar parece ser pequeno, assim como sua pista, mas o ponto que mais chama a atenção está ali, debaixo dos pés desses jovens que dançam e “batem cabeça” sem parar. No chão da pista, podemos observar o desenho de um pentagrama gigante, que ocupa boa parte da pista do lugar.

Fotografia 30 – *Pole Dance*(Inferno *Club*)

Fonte: Fotografado pelo autor.

Fotografia 31 – Pista / Pentagrama

(Inferno *Club*)

Fonte: Fotografado pelo autor.

A respeito da música, a casa parece estar muito ligada ao *rock*, e esse gênero musical parece agradar grande parte de seu público. No entanto, é possível observar trocas radicais no gênero musical (indo do *rock* ao *funk*, e do *funk* ao *black* e *hip hop* em instantes), e, ainda assim, o público mantém uma aceitação e continuam dançando e cantando com o mesmo entusiasmo.

Seu público parece ser formado por grupos mais adultos que parecem já ter passado ou estar próximo dos 30 anos, e que notoriamente demonstram ser frequentadores da casa há um bom tempo. Por outro lado, há também jovens de pouco mais de 18 anos, que alimentam uma nova geração apreciadora do *rock*, mas com uma visão diferenciada e maior aceitação das referências vindas de outros gêneros musicais, o que foge um pouco da noção de “roqueiro engajado e totalmente contra hegemônico”.

Um ponto curioso em torno da festa da noite foi sua temática, que era inspirada nos filmes do “Harry Potter” (sendo essa, a segunda edição do evento intitulado “Presos em Azkaban”). Cenas dos filmes passando em telões, “dementadores” pendurados no teto, e alguns cartazes de “procurados” com o rosto de alguns personagens da saga, como Sirius Blakk e Bellatrix Lesbrange. O que, apesar de alguma relação com a identidade do “Inferno *Club*”, é conteúdo derivado da cultura *pop*. Toda a estética construída em torno de “Harry Potter” parece servir apenas como suporte para promover a festa, já que as músicas e toda a identidade “resistente” construída pela casa noturna pouco dialoga com esse universo *pop*.

Para a entrada nessa casa noturna, é paga uma faixa de preço que gira em torno de: R\$ 15,00 (até às 00:00) e R\$ 20,00 (após às 00:00), no guichê no momento da festa; R\$ 10,00 com nome na lista. Em algumas festas, é oferecido um cupom que vale uma bebida no momento da entrada, com esse cupom é possível optar entre dois tipos de bebida (uma lata de cerveja comum de alguma marca nacional ou um copo de Catuaba). Percebemos que esse tipo de cupom induz os frequentadores da casa noturna a consumirem mais bebidas ao decorrer da noite.

Com um repertório mais ligado a um universo “*rocker*”, nas festas do “Inferno *club*” tocam bandas dos gêneros musicais *rock*, *pop rock* e *indie rock*

como “*The Killers*”, “*The Strokes*”, “*Link Park*”. No entanto, é possível perceber, em alguns momentos, gêneros musicais com *black* e *rap* predominarem com bandas/artistas como “*Black Eyed Peas*”, Eminem; Usher.

2.2.3 “ESPAÇO DESMANCHE”

Fotografia 32 – Socialidade na Pista

(Espaço Desmanche)



Fonte: Fotografado pelo autor.

Por fim, o “Espaço Desmanche”, uma das casas noturnas que melhor ilustram o estilo de vida alternativo vivido por esses grupos juvenis do Baixo Augusta. A casa noturna está localizada um quarteirão antes das outras duas anteriores. Chegando ao local por volta das 22:00, de um sábado à noite, a fila já está se formando em uma organização bastante confusa, mas que se faz necessária. Os *promoters* e os seguranças da balada vão separando grupos de pessoas ao longo das calçadas, dando espaçamentos entre uma parte da fila e outra para não obstruir o acesso dos transeuntes do Baixo Augusta a outros estabelecimentos comerciais. No início, temos a impressão de que a fila é

curta, mas, na realidade, ela chega até a esquina da Rua Augusta com a Rua Dona Antônia de Queirós.

Logo atrás de mim, entra na fila uma jovem muito bem maquiada e belíssima, usando um *trench coach* preto, e que parece ter saído de um filme de época que retrata a boemia e as apresentações burlescas parisienses. A fila vai andando rapidamente, provavelmente por ser um horário em que se inicia a festa. Já na entrada, temos uma surpresa: os 100 primeiros frequentadores ganham entrada VIP.

Ao entrar no “Espaço Desmanche”, já damos de cara com uma lona de plástico transparente e leitoso, recortado em tiras, como aqueles que ficam nas entradas e saídas de lava-rápidos; a sensação que temos, ao passar por essa espécie de “cortina rústica”, é a de que estarmos em uma borracharia, pois toda sua estética é muito bem planejada no que diz respeito à ambientação.

O salão principal é bem amplo, e a casa noturna conta ainda com mais dois ambientes: o mezanino que está integrado ao salão principal, e um espaço mais tranquilo e reservado no subsolo. Suas paredes foram feitas em tijolo laranja e sem acabamento, revestidas por uma tela de metal aramado em todas as paredes e inclusive no teto. Lá em cima existe um circuito de lâmpadas que se assemelham a lâmpadas fluorescentes, e que estão distribuídas aleatoriamente, piscando ao ritmo da música.

O espaço conta com um bar que tem suas prateleiras formadas por caixotes de feira, e um palco que chama muito a atenção, já que a *pick up* do *DJ* está construída em cima de uma *Kombi* bem antiga da “Volkswagen”, o que nos remete à ideia de um trio elétrico ressignificado. Além de todos esses elementos, a pista ainda conta com partes de carros desmontadas e penduradas na parede, assim como placas de carros. Ali também se encontram uma bomba de gasolina antiga e um robô feito de peças de carros. São elementos como esses que nos aproxima e nos remete ainda mais à noção de que temos de como seria um desmanche de carros usados.

Fotografia 33 – Bar / Caixotes

(Espaço Desmanche)



Fonte: Fotografado pelo autor.

Fotografia 34 – Palco / Kombi

(Espaço Desmanche)



Fonte: Fotografado pelo autor.

Fotografia 35 – Bomba de Gasolina

(Espaço Desmanche)



Fonte: Fotografado pelo autor.

Fotografia 36 – Robô / Placas

(Espaço Desmanche)



Fonte: Fotografado pelo autor.

Subindo as escadas para o mezanino, nos deparamos com a carcaça de um fusca antigo e conversível, de frente para a escada. Algumas pessoas se aglomeraram ali para tirar foto, e o acesso ao carro é totalmente liberado. Todos podem entrar e sentar nele. Além do carro, observamos que os sofás ali não são sofás comuns, são acentos de carros, um ao lado do outro, com luminárias no formato de faróis nas laterais dos bancos, presas nas paredes a cada intervalo de quatro acentos.

Fotografia 37 – Fusca Conversível

(Espaço Desmanche)



Fonte: Fotografado pelo autor.

Fotografia 38 – Sofás / Acentos de Carros

(Espaço Desmanche)



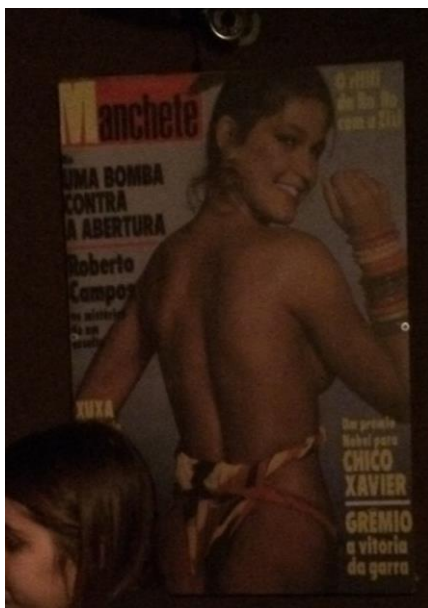
Fonte: Fotografado pelo autor.

Esses elementos ajudam na construção da atmosfera criada em torno da estética da casa noturna. É através do consumo dessas experiências (Pereira, 2015) que os grupos juvenis frequentadores do “Espaço Desmanche” passam a formar elos afetivos adquiridos por meio da vivência que a casa noturna proporciona. Esse consumo de experiência torna-se um diferencial proporcionado pelo “Espaço Desmanche”, e que vai lhe agregar valor distintivo e afetivo diante de seu público, como sendo um ambiente no qual se vivencia experiências incomuns ao se tratar de uma casa noturna (que podem estar ligadas a um estilo de vida alternativo).

Seguindo para o banheiro, nos deparamos com pôsteres e quadros antigos de artistas famosos, como Xuxa, sendo capa de revista de biquíni, e o já falecido estilista Clodovil Hernandez, em seu momento de auge da fama. Ao chegarmos ao toalete, percebemos que o mesmo é unissex, algo comum de se ver em baladas LGBT, o que não é o caso do Espaço Desmanche, apesar da casa noturna ter um público muito grande ligado a esse movimento.

Fotografia 39 – Xuxa / Capa de Revista

(Espaço Desmanche)



Fonte: Fotografado pelo autor.

Fotografia 40 – Clodovil / Artigo de Revista

(Espaço Desmanche)



Fonte: Fotografado pelo autor.

Ali, durante a noite, vamos notando a mistura de grupos juvenis distintos, desde gostos até mesmo origens. A pluralidade de origens se mostra evidente na forma com que esses jovens falam, dançam, socializam, e, principalmente, na maneira com que se vestem. Alguns com uma estética totalmente normativa, e outros com *looks* extravagantes que beiram a androginia. Seu público é formado por diferentes faixas etárias, desde muito jovens até jovens adultos.

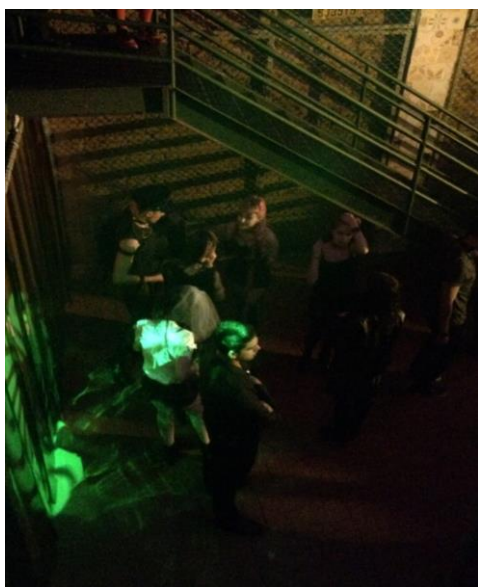
Essa mistura de gostos e estilos se homogeniza ainda mais através das músicas tocadas na balada, com mixagens e/ou *mashups* feitas pelo DJ com músicas de gêneros diferentes, como, por exemplo, um *mashup* feito com as músicas “Ai como eu tô bandida 2”, da cantora paranaense Mc Mayara, que canta *eletro funk* com a música “Hello” (que inclusive foi o *sample* base para a gravação da música da Mc Mayara) e Martin Solveig feat. Dragonette. Uma curiosidade sobre Mc Mayara, que deve ser levada em consideração, é o fato de a primeira versão da música ter sido lançada quando a cantora iniciava sua carreira, com uma letra que tentava retratar um empoderamento feminino um pouco distorcido. Depois de muitas críticas nas redes sociais, inclusive sobre o

fato de seu shorts estar marcando suas partes genitais durante o clipe, a cantora se reinventa fazendo uso dessas próprias críticas para ressignificar não apenas a música, mas também sua carreira. A segunda versão da música traz um discurso contra diversos tipos de preconceitos e formas de opressão, como homofobia, racismo e machismo. No clipe, a cantora satiriza, atuando como uma heroína que tem seu superpoder concentrado na região genital, e, assim, vai destruindo vilões como “Super Machista”, “Super Homofóbico”, “Super Racista” e Super Recalcada”. Com essa mudança drástica em sua carreira, a cantora tem ganhado cada vez mais espaço dentre os movimentos LGBT’s e, conseqüentemente, conquista seu público composto por jovens engajados e alternativos.

Seguindo durante a noite, dentro do “Espaço Desmanche”, percebemos que aquela moça que encontramos na fila era uma dançarina contratada pela casa. Junto a vários outros dançarinos, ela performatiza fazendo coreografias. A festa, nessa noite, tinha temática burlesca, e descobrimos que o “Espaço Desmanche” é uma casa noturna que costuma contratar dançarinos para animar suas festas.

Fotografia 41 – Dançarinos Contratados 01

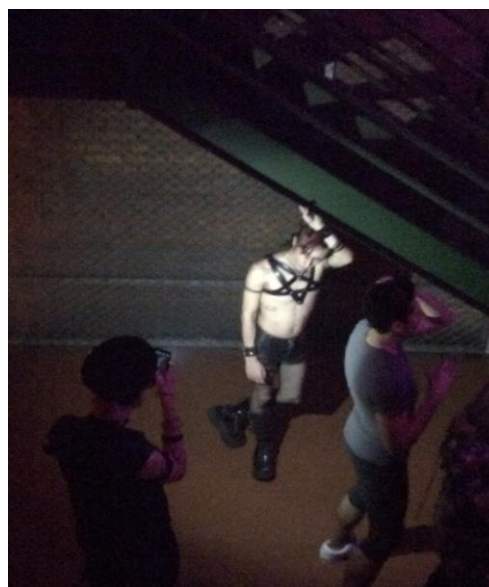
(Espaço Desmanche)



Fonte: Fotografado pelo autor.

Fotografia 42 – Dançarinos Contratados 02

(Espaço Desmanche)



Fonte: Fotografado pelo autor.

Em diversos momentos, a festa parou para as performances feitas pelos dançarinos em cima do palco, com direito à apresentação circense de uma acrobata, *show de strip tease* e encenação da música “História de Uma Gata”, do musical “Os Saltimbancos”. Durante as performances, as dançarinas despejaram tequila na boca de alguns frequentadores, e deram beijo lésbico no palco. O ponto alto da noite foi o momento em que uma das dançarinas (acima do peso), fez uma dança sensual, tirou parte da roupa, e mostrou os seios, erguendo uma bandeira que dizia “você é lindx”, passando uma mensagem contra os padrões de beleza e a distinção de gênero.

Fotografia 43 – Beijo Lésbico

(Espaço Desmanche)



Fonte: Fotografado pelo autor.

Fotografia 44 – Dançarina / *Top Less*

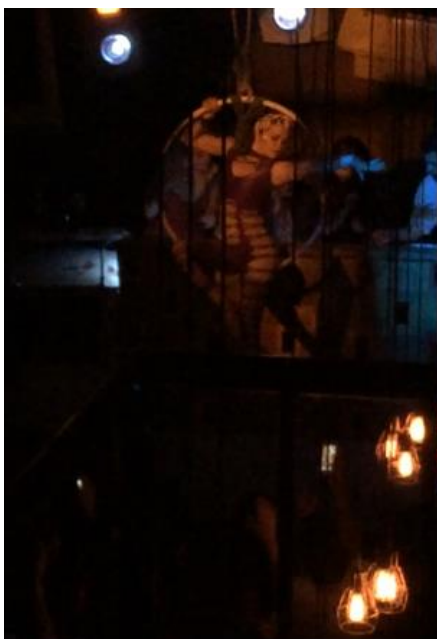
(Espaço Desmanche)



Fonte: Fotografado pelo autor.

Fotografia 45 – Acrobata

(Espaço Desmanche)



Fonte: Fotografado pelo autor.

Fotografia 46 – “Os Saltimbancos”

(Espaço Desmanche)



Fonte: Fotografado pelo autor.

Com base nesses acontecimentos, podemos perceber algo mais além de performances e apresentações exóticas que destoam do que se imagina de uma casa noturna. Existe também um engajamento por trás desses grupos juvenis que frequentam e trabalham no Baixo Augusta, a fim de ressignificar padrões hegemônicos que nos são impostos pela sociedade. Entendemos por engajamento, aqui, o fato desses grupos juvenis trazerem elementos inusitados e, aparentemente, fora de contexto para se inserir nas práticas e socialidades que acontecem na cena musical do Baixo Augusta, salientando práticas disruptivas, na estética ou nos comportamentos.

Tentei conversar por diversas vezes com as dançarinas, tanto dentro da casa noturna, quanto na saída, e via redes sociais. A princípio, elas se prontificaram e foram bastante simpáticas, falaram sobre seus trabalhos artísticos e relataram que, além do “Espaço Desmanche”, outras casas noturnas costumam contratar esse tipo de serviço. No entanto, quando começo a perguntar muito, elas tentam evitar o diálogo. Em conversa com alguns frequentadores do “Espaço Desmanche”, das outras duas baladas e alguns

frequentadores da rua que encontrei pelo caminho, alguns dizem que é muito comum algumas garotas de programa irem a festas dentro das baladas a fim de conseguirem clientes, e isso funcionaria como uma espécie de acerto feito entre as casas noturnas e as garotas. O que nos ajuda a supor um dos motivos que podem estar colaborando para a diminuição da prostituição nas calçadas da Rua Augusta. Obviamente, não podemos afirmar que esse seja o caso das garotas que dançaram no “Espaço Desmanche” nesse dia, e nem que o “Espaço Desmanche” faça esse tipo de negócio com prostitutas.

O “Espaço Desmanche” tem uma faixa de preço cobrado pela sua entrada que gira em torno de: R\$ 35,00 (sem consumação) ou R\$ 70,00 (com consumação) no guichê, no momento da festa; R\$ 25,00 (sem consumação) ou R\$ 50,00 (com consumação) com nome na lista; e *VIP* para os 100 primeiros da fila. Percebemos que a entrada *VIP* demonstra ser uma estratégia encontrada pela casa noturna, a fim de trazer clientes que iriam consumir e gastar ainda mais no bar.

A casa noturna conta com um repertório onde o gênero *indie* (e suas derivações como *indie rock* e *indie pop*) predomina, com bandas/artistas como *Twenty One Pilots*; *Foster The People*; *Imagine Dragons*; *Gotye*; *Lana Del Rey*. No entanto, as festas promovidas pela casa noturna se utilizam do repertório oferecido por gêneros musicais como o *pop* e o *funk* de artistas como *Beyoncé*; *Lady Gaga*; *Rihanna* no *pop*; além de *Mc Mayara* e *Mc Carol* no *funk*.

A respeito do que se consome nas festas das três casas noturnas (assim como nos arredores do Baixo Augusta), observamos que os valores das bebidas alcoólicas são bastante variados, mas giram em torno de: *Catuaba* R\$ 12,00 (copo); *Skol Beats* R\$ 16,00; *Tequila* R\$ 20,00 (chote); *Cerveja Budweiser/ Heineken* R\$ 9,00. No entanto, grande parte desses grupos juvenis, que frequentam as casas noturnas, consomem bebidas antes de entrarem para as festas. Nesse caso, é possível encontrar valores que giram em torno de: *Tequila* R\$ 10,00 (chote), vendida por comerciantes ambulantes nas calçadas; *Catuaba* R\$ 11,00 (garrafa), nos mercadinhos/adegas da região. É importante perceber que existe um valor monetário alto agregado ao consumo da *Catuaba*, que passa de uma bebida com um custo baixo quando comprada a

garrafa fora das baladas, se comparado ao valor cobrado em sua dose vendida dentro das baladas (ultrapassando o valor da própria garrafa).

Depois de muitas idas ao Baixo Augusta, passando a noite dentro e fora das casas noturnas, podemos observar que cada um dos estabelecimentos escolhidos tem características específicas e faz uso do universo *indie* de diversas maneiras, ora como forma de promover a festa e o estabelecimento, ora a fim de colaborar para a construção desse estilo de vida alternativo. Assim como seus frequentadores, que em momentos se mostram engajados e, de fato, resistentes contra os padrões hegemônicos e a normatividade social, mas que, em outras ocasiões, usa dessa identidade alternativa promovida pelo Baixo Augusta, para legitimar suas identidades e conquistarem distinção social.

3 ESTÉTICAS, PRÁTICAS, USOS E APROPRIAÇÕES: MODA E ESTILO DE VIDA NO BAIXO AUGUSTA

Neste capítulo, abordaremos as questões ligadas às estéticas identitárias construídas através de artigos de vestuário e/ou elementos derivados do universo da moda. Entende-se por estética uma manifestação responsável por transmitir alguma sensação/sensibilidade. É importante ressaltar que a sensação trata dos afetos individuais, enquanto a sensibilidade está ligada a uma perspectiva comunitária, existindo aqui uma relação ambígua, onde a estética mostra-se um processo no qual, por um lado, se constroem sensações que afetam o sujeito que as projeta; mas, por outro lado, existe o processo de construção de sensibilidades que tratará do desejo de compartilhamento desses sentidos (Cidreira, 2008).

Cidreira (2008) também fala a respeito da estética e suas construções de sensações e sensibilidades na reivindicação dos espaços cotidianos enquanto territórios onde se manifestam essas experiências estéticas. A autora pressupõe que esse processo representa o reconhecimento da amplitude que constitui as manifestações estéticas e seus sentidos, não sendo apenas algo vinculado ao belo, mas que carrega, em suas representações, uma carga de sensações/sensibilidades.

Essas estéticas, percebidas durante a pesquisa empírica, passam a reverberar nas imagens e identidades presentes na cena do Baixo Augusta e toda sua representatividade na edificação de territórios no espaço urbano. Com um olhar voltado para as relações presentes entre a moda e a música, visamos compreender como se dão as trocas de conceitos e referências que ajudam a construir identidades com base nas estéticas performativas da “cultura alternativa”.

Por performatividade, entendemos um processo no qual se aplicam elementos que se manifestam através dos corpos. Essa ideia é usada por Butler (1993) a fim de perceber como os gêneros manifestam suas características específicas através do uso das linguagens corporais. Para Cano (2008), a performatividade se refere aos fenômenos que se formam no momento em que a performatividade acontece, sendo manifestações ocorridas

no ato e sem uma intenção previamente formulada ou estabelecida pelo sujeito.

Miskolci e Pelucio (2007) relatam a respeito da performatividade dos corpos, como sendo um processo de entendimento da maneira como os sujeitos/grupos subvertem ou não aos padrões impostos pela normatividade (ao pensar a heterossexualidade), vivenciando os gêneros como consequência às normas e padrões mantidos por meio da repetição. No que diz respeito aos grupos juvenis alternativos presentes no Baixo Augusta, os mesmos subvertem aos padrões sociais normativos, fazendo uso da performatividade de seus corpos e das estéticas construídas através de suas identidades para transmitir um reflexo de como desejam serem vistos. Essas performatividades podem ser replicadas por sujeitos que fazem parte do mesmo grupo, porém, cada um dos agentes culturais envolvidos tende a transmitir as características que os distinguem e identificam, diferenciando-os dos demais.

Relacionando essas identidades construídas e suas estéticas aos estilos de vida, buscamos analisar os elos que permitem que cada um desses aspectos incidam uns nos outros, concebendo novos gostos, tendências, estilos etc. Para assim perceber como acontece o consumo de produtos de moda (e suas derivações como *design* e artigos de decoração), seja no ato de compra nas lojas/galerias da região, seja nos usos e apropriações dessas tendências estéticas que ajudam a compor a identidade desses grupos/sujeitos frequentadores do Baixo Augusta. Analisamos, assim, neste capítulo, a cultura visual nessa localidade, tanto o panorama de lojas e galerias presentes no Baixo Augusta (que incluem o comércio de roupas, decoração, indumentária, cabelos etc.), como também as indumentárias e corporalidades dos frequentadores do Baixo Augusta, em suas roupas, estilos de cabelos, ornamentos etc.

Para que possamos compreender melhor a relevância da moda para esta pesquisa, é importante ressaltar que o estudo toma como base compreender o que se entende por “alternativo” dentre os grupos juvenis frequentadores da região do Baixo Augusta. Para, além disso, propor uma reflexão a respeito da possibilidade do surgimento de um novo “ethos-alternativo” (algo que se traduziria em hábitos de consumo, ideologias políticas,

gostos musicais etc.), que caracteriza as práticas e usos presentes no estilo de vida desses grupos juvenis.

Além do consumo musical e da relação que tais sujeitos/grupos mantêm com o Baixo Augusta, enquanto território, é através da moda que passam a construir definições estéticas que traduzam suas identidades. O que faz com que sejam aceitos dentro de seus grupos e conquistem certa distinção social diante desse contexto sociocultural.

Daniela Calanca (2008) define a moda como um fenômeno que detém o poder da propagação em massa através da visibilidade que conquista. Por esse motivo, a autora observa que a moda é um elemento que oferece um leque de sentidos que podem servir de referências para um maior entendimento a respeito dos aspectos da vida social. Com base nessa análise, é possível perceber a importância desses elementos formados através da estética imagética construída pelo vestuário e demais signos encontrados no mundo da moda.

É importante observar o significado da palavra “moda”, que é derivada do latim “*modus*” (maneira/modo), referindo-se aos modos dos quais se faz uso da indumentária, e que tem por derivação a nomenclatura “modismo” (referindo-se a algo passageiro). Por volta de 1485, surge a nomenclatura traduzida para a língua inglesa, “*fashion*”, que se refere à “maneira coletiva de se vestir” (Calanca, 2008).

É através dessa noção de moda que podemos perceber que ela não é formada apenas por peças do vestuário, mas que, além disso, a moda também é responsável por parte da estruturação e construção da estética identitária dentre os grupos sociais. Através do coletivo e dos usos e apropriações que cada sujeito/grupo aplica ao que veste é que passam a influenciar e dar forma ao que se entende por tendência no mundo da moda.

Para Lurie (1997), a escolha dos elementos de moda que os sujeitos optam para construir seus estilos, seja nas peças do vestuário que estão em seus guarda roupas, seja nas lojas que escolhem para consumir esses artigos, trata de um processo no qual o sujeito tem por intenção se definir e demonstrar a forma pela qual quer ser descrito perante seu contexto sociocultural.

Assim, podemos observar que a construção da estética de moda por cada sujeito faz parte do processo que molda e define sua identidade, ainda que algumas vezes sem uma intenção proposital.

Mesmo quando o sujeito se dedica a se definir como alguém que não se importa com as tendências que a moda oferece, o mesmo está nesse momento fazendo escolhas e usando elementos que são considerados contra hegemônicos no que diz respeito ao mundo da moda e suas tendências. Esse sujeito faz uso das referências de moda para compor a estética que definirá sua identidade, e desse modo, sua aversão às tendências atuais presentes no mundo da moda.

Lurie (1997) também aponta que a moda se constitui como um reflexo dos hábitos, costumes e socialidades vivenciadas dentro de uma determinada época e lugar. Sendo que as representações do estilo são apenas reflexos desse contexto social, e não o que lhe define.

Assim, poderíamos afirmar que é o contexto social e cultural que influenciam e ajudam a construir definições que serão consideradas tendências no mundo da moda, bem como delimitam a vida útil de cada uma dessas tendências na passagem do tempo.

Segundo Kawamura (2006), existem diferenças entre o que é o vestuário e o que é a moda: o autor aponta que é preciso ter o entendimento de que vestuário trata a materialidade, enquanto a moda trata a dimensão simbólica. Dessa maneira, passamos a observar o vestuário como sendo formado por elementos derivados da moda, o que faz com que a materialização da dimensão imagética e intangível da moda se torne algo tangível com a capacidade de usabilidade que vem da roupa.

É preciso entender que as vestes são apenas parte do processo imagético proporcionado pela moda: as roupas estão propensas a serem desvalorizadas, abandonadas e substituídas por novas (e, realmente, todas elas serão um dia). No entanto, a moda (em seu amplo conceito) sempre será desejada e reverenciada como objeto de desejo entre os sujeitos/grupos que formam as sociedades modernas na contemporaneidade e no futuro (Kawamura, 2006).

Lipovetsky (2009) pensa a moda como sendo um referencial no qual não se apresenta um elemento tangível, não estando ligada a nenhum tipo de

objeto específico. O autor retrata a moda como um fenômeno social definido e ativado através das mudanças diante da passagem do tempo, que se fazem breves e em constante mutação.

É importante ressaltar que a moda é também um elemento que potencializa o anseio e desejo pelo novo. Assim, seria a moda uma das responsáveis pela busca constante dos sujeitos/grupos em se diferenciar (Lipovetsky, 2009). Essa necessidade por se distinguir está enraizada na formação dos sujeitos que vivem em grupo, é a distinção social que passa a delimitar grupos, agregar poder e valor, e legitimar práticas diante da convivência desses sujeitos (Bourdieu, 2007).

Ao analisarmos algo tão imagético como é a moda, diante dos processos vividos por esses grupos juvenis, é importante perceber que o principal elemento e suporte para a construção dessa estética é o corpo. O corpo desses agentes sociais e a forma com a qual eles constroem suas imagens é o que permite que suas identidades tenham uma definição visual.

Como visto anteriormente em Rocha e Silva (2007), a respeito do corpo nas culturas juvenis, as autoras o retratam como elemento que se torna uma ferramenta que vai propiciar experiências e vivências ao sujeito. Dessa forma, podemos observar que é através do corpo e das alterações que os sujeitos fazem nele que a construção da estética identitária é formada. Essa estética pode ser moldada através de diversos elementos que vão além da indumentária, podendo estar presente tanto em suas roupas, quanto no corte ou cor de cabelo que o usam, e nos adereços e artes corporais como *piercings* e tatuagens.

Entre outros aspectos que compõem a linguagem de moda e a estética identitária construída por ela, é a linguagem corporal que complementa e dá respaldo ao que a indumentária transmite. Desse modo, é através da gestualidade que os sujeitos/grupos afirmam suas identidades, o que torna, tanto a vestimenta quanto o corpo apenas partes do processo da construção estética identitária obtida pela moda. A forma como o corpo comporta e reage ao vestuário faz parte do processo que concebe a manifestação estética das identidades de tais sujeitos/grupos em questão.

Kathia Castilho (2006) define o corpo como sendo um dos canais responsáveis pela materialização do que se percebe e se sente através do

pensamento. A autora afirma que o corpo é elemento responsável pela conexão entre seu ser e o contexto de mundo que esse mesmo habita.

Assim, podemos observar que, dependendo da forma com a qual os sujeitos constroem identidades (e expressam a mesma), através das diferentes composições estéticas que a moda disponibiliza, tal sujeito está (direta ou indiretamente) adequando-se ao grupo sociocultural ao qual pertence. E, mais além, buscando elementos estéticos e comportamentais que formem uma imagem que traduza e transmita sua identidade e a forma com a qual deseja ser percebido em seu ambiente.

Esse uso dado ao corpo e aos elementos oferecidos pela moda ajuda a formular e definir características estéticas pertencentes a tais sujeitos/grupos, definindo quem são e/ou desejam/pretendem ser socialmente.

Outro elemento apontado por Castilho e Martins (2005) se refere a como o corpo do sujeito se comporta diante de outros, como as relações proporcionadas pela socialidade e a vivência em grupo passam a afetar o corpo. Os autores relatam que o corpo se reestrutura ao entrar em contato com outros, um processo em que o corpo passa a absorver características culturais distintas, sendo ressignificado por novos sentidos, o que proporciona diálogos e trocas referentes aos gostos, diferenças e semelhanças dialogadas entres os sujeitos.

A partir desse contexto, é possível supor que os sujeitos em contato com outros e/ou passando a fazer parte de grupos específicos, começam a modificar seus corpos. Esse processo pode se manifestar através de diversas maneiras, seja por meio da modificação da linguagem corporal e gestualidade, ou através das escolhas e dos usos dados às roupas, cortes de cabelo e/ou acessórios. São essas escolhas (intencionais ou involuntárias) que permitem que tais sujeitos se adequem aos grupos dos quais fazem parte.

Segundo Sant'Anna (2003), o vestuário é responsável por exercer um papel informativo como em qualquer outro tipo de linguagem, tomando o corpo como suporte e a moda como referência para transmitir mensagens que estão ligadas ao campo do imaginário, dos signos e dos significantes.

Tais elementos, que auxiliam na construção estética de um sujeito/grupo, são partes integrantes da linguagem de uma determinada cultura. Desse modo, é importante ressaltar que cada elemento que compõe o

vestuário, quando agregado ao corpo, passa a construir uma visualidade específica, e, assim, transmite uma mensagem.

Seguindo esse contexto, seria possível perceber que a moda e os elementos que se relacionam com o vestuário são fragmentos imagéticos que agregam referências identitárias aos sujeitos/grupos que os usam. Através do imaginário agregado pela moda e pelo contexto sociocultural relacionado a cada um desses elementos do vestuário, se definirá a linguagem e a leitura que se terá de cada elemento.

Assim como se tem um entendimento de que saias godês, feitas em tecido com estampa de *pois*, estão ligadas ao surgimento do *rock* clássico entre as décadas de 50 e 60 do século passado; acessórios feitos em couro adornados por *spikes*, coturnos pesados e *jeans* rasgado fazem referência ao movimento *punk* surgido na Inglaterra, em meados da década de 70 (Fogg, 2013); e que o uso de aparelho dentário em cores fortes (fluorescentes), óculos modelo “*juliete*” e cordões de ouro exagerados no pescoço fazem parte da estética construída em torno do modismo ligado aos *funkeiros* brasileiros na atualidade, ressaltando as relações entre moda e música, desde meados do século XX até hoje, de diferentes maneiras.

Sant’Anna (2003) define as roupas como sendo signos que carregam em sua estética uma série de significados, que podem definir beleza, juventude e/ou maturidade, feminilidade e/ou masculinidade, distinção social, entre outros aspectos que vão tornar possível, ao sujeito/grupo, o poder de escolha constante ao que fazem uso de determinados elementos do vestuário, a respeito da forma como desejam se posicionar perante a sociedade e qual referência cultural pretendem agregar à sua estética e identidade.

Ao se pensar o Baixo Augusta e os grupos juvenis alternativos estudados nesta pesquisa, é possível observar que parte dessas definições são desconstruídas e/ou resignificadas, algo que abordaremos ao longo deste capítulo.

No entanto, é importante ressaltar que não são apenas os elementos tangíveis que constroem a estética de moda, mas ela se manifesta e se materializa através de tantos outros recursos, como a distinção (Bourdieu, 2007) que os elementos e linguagens que a moda detém podem (ou não) proporcionar aos que fazem seu uso.

Segundo Lipovetsky (2009), a moda não é composta apenas por elementos do vestuário (ou seja, as roupas). A moda é formada também pelo significante que articula questões como aceitação ou rejeição entre sujeitos e/ou grupos, tomando como base de julgamento a aparência que é construída.

Hellmann (2009) propõe uma análise a respeito da relação da moda com a distinção, levantando o questionamento hipotético da moda do século XXI ter chegado a um ponto em que já não está mais atrelada à construção distintiva tradicional analisada profundamente por Bourdieu. A autora afirma que, apesar da moda ter atingido cada vez mais um importante posto no que diz respeito ao capital simbólico diante do capitalismo na contemporaneidade, e ainda da passagem do tempo, a moda permanece sendo movida pela distinção social. No entanto, Hellmann (2009) observa que a lógica a respeito das práticas de consumo de artigos de moda já não está mais ligada apenas à necessidade de distinção social, mas também a moda, na atualidade, é parte de um processo de afirmação hedonista que referencia a individualidade dos sujeitos.

É importante perceber que a moda ainda se mostra como uma ferramenta na qual é possível se articular maneiras para conquistar distinção social. Porém, tal distinção nem sempre se trata apenas da ascensão conquistada pelo sujeito perante seu grupo social. A distinção conquistada através da moda se tornou uma maneira de autoafirmação e ferramenta que legitima a identidade de cada sujeito.

No que diz respeito aos grupos juvenis estudados na região do Baixo Augusta e seus processos de construção de identidades que articulam uma cultura alternativa, essa noção de distinção obtida através da moda parece ser o que melhor descreve as negociações desses sujeitos/grupos. Tal reflexão será melhor aprofundada mais à frente.

Outro ponto a ser levado em consideração, no contexto sociocultural em que vivemos hoje, é a forma como a imagem vem se tornando uma espécie de produto que é promovido e propagado. Sabendo que vivemos em um mundo que funciona principalmente através dos processos midiáticos, sendo esse

contexto social cada vez mais um facilitador para que a imagem conquiste visibilidade e esteja inserida no meio social dos sujeito/grupos (Gomes, 2012).

A estética de moda construída em torno do corpo dos sujeitos carrega em seus signos alguns significados que transmitem uma mensagem, essa construção identitária se materializa em forma de imagem. É dessa forma que podemos observar a identidade dos sujeitos/grupos como imagens que estão sendo propagadas constantemente através das relações midiáticas vivenciadas nos tempos atuais.

O cotidiano se tornou parte de um processo midiático que transmite essas estéticas identitárias através da socialidade mantida entre grupos sociais, mais especificamente pensando este estudo, durante as negociações articuladas pelos grupos juvenis alternativos que frequentam os arredores do Baixo Augusta.

Nos dias de hoje, a forma com a qual um sujeito se porta perante seu grupo social, assim como a construção estética que ele constrói através da moda e dos demais elementos que formam sua identidade, vem se tornando cada vez mais uma forma de se autopromover socialmente e ser percebido pelos demais agentes sociais que fazem parte da sociedade em que vive.

É importante ressaltar que a performatividade é elemento importante e que está atrelado ao que compõem as representações estéticas das identidades. Herschmann e Oliveira (2016) fazem uma leitura a respeito da performatividade presente no ativismo *black* em um baile direcionado a esse público (no Rio de Janeiro); os autores trazem apontamentos que nos servem como base para pensarmos as culturas alternativas do Baixo Augusta. Para Herschmann e Oliveira (2016), a performatividade não se manifesta apenas através da música, mas também por elementos como o próprio corpo adornado por signos do vestuário presentes na construção estética de moda, e na potencialização agregada através das gestualidades e linguagens corporais que transmitem certa "espetacularização", definindo e dando sentido a sistemas de valores que passam a transformar o espaço em lugar de compartilhamentos e confluências de sentidos entre os agentes.

É através desses processos comunicacionais que os sujeitos/grupos socializam e constroem diálogos através das trocas e performatividades de suas estéticas e identidades, que passam a transmitir propostas de como cada um desses sujeitos deseja se projetar e ser observado por seus grupos em seu meio social.

Desse modo, com um olhar focado nas referências estéticas que compõem o corpo e sua linguagem, poder-se-ia caracterizar-se por performatividade: um leque de informações que são transmitidas sobre aspectos estéticos, ideológicos e identitários, assumindo-se, assim, como espontâneo, por transmitirem e afirmarem características que constituem a representatividade de um sujeito/grupo social, construindo e encenando identidades que de maneira ambígua reafirmam e subvertem padrões prescritos.

A relação mantida entre a estética de moda, os signos e significados que a mesma transmite, e como a performatividade é formada de maneira articulada com os demais elementos, torna-se um processo em que o sujeito projeta em todas as instâncias as características que o formam. É através da performatividade (seja involuntária ou premeditada) que a definição e a representação da identidade são propagadas e transmitidas como elemento definidor do sujeito/grupo social.

Relacionando com o estudo feito por Sallas (2013), as relações constituídas na cultura jovem são construídas através da coletividade e de suas relações formuladas por meio da construção de estilos de vidas distintivos. Esses apontamentos se evidenciam na cultura jovem por meio da abundante heterogenia cultural, que promove uma maior diversidade nas interações, fazendo com que haja uma maior necessidade de definir e afirmar a individualidade, passando a ser projetada e evidenciada através da estética e das práticas mantidas pelos sujeitos e/ou grupos que formam as culturas juvenis.

Referente às estéticas identitárias do vestuário presentes nas culturas juvenis, Borelli (2015) faz uma análise sobre as relações que os grupos juvenis passam a manter com as construções sociais, culturais e políticas. Em sua fala,

a autora relaciona questões referentes à emancipação da mulher, como a minissaia usada pela cantora Wanderléa durante a “Jovem Guarda³⁶”. Deste modo, pode-se observar a relação construída através de um signo vestuário presente no mundo da moda e seu significado sociopolítico sendo transmitido através de um ídolo presente na música da cultura jovem, e que passou a ser replicado, reformulado e reconstruído por seus fãs e admiradores, modificando e reconstruindo padrões sociais por meio de gerações.

Assim, podemos observar a influência que a moda e suas representatividades detêm sobre as construções socioculturais dos grupos. A moda mostra-se como um potencializador, que alimenta esteticamente as representações construídas pelos sujeitos/grupos dentro de seu meio.

Diante das interpretações que se faz dos diversos estilos presentes no Baixo Augusta, a representação é talvez um dos fatores de maior relevância, já que a performatividade feita pelos agentes nem sempre é ato intencional, podendo ser também um exagero performático e involuntário na tentativa de demonstrar e legitimar a identidade que se deseja ter. Como visto nos capítulos anteriores, o Baixo Augusta demonstra ser um território onde os exageros e espontaneidades se tornam permissivos (sem ter de se prender/limitar aos padrões normativos impostos pela sociedade), é por esse motivo, talvez, que muitas das atitudes e socialidades entre esses sujeitos/grupos alternativos nem sempre parecem ser totalmente espontâneas, pois é no Baixo Augusta que encontram identificação, confiança e liberdade para serem quem/como desejam ser. É importante ressaltar também que aquilo que determina e caracteriza o estilo de grupos/sujeitos transmitido através da performatividade é a interpretação tida pelos receptores a respeito dos elementos presentes na mensagem recebida.

Para Chartier (1990), a representação é a interlocução dos diferentes sentidos dentro o mundo social. Dessa forma, através da representação é que se pode constituir uma compreensão dos signos e significados que compõem tais códigos representativos, que passam a gerar sentido, e constituem a interpretação.

³⁶ Programa de televisão (entretenimento musical), que deu início a um movimento musical que revolucionou a cultura jovem em meados da década de 60.

Através desse raciocínio e pensando a moda como um sistema de linguagem, seus signos e os significados que eles transmitem, só passam a fazer sentido ao receptor através da construção feita pela performatividade das identidades no corpo. Esse processo seria a união entre esses diversos elementos, construindo-se, assim, um sistema de linguagem capaz de comunicar através da estética imagética que a moda proporciona, sendo a materialização da identidade dos sujeitos/grupos transmitida através da imagem.

Como analisa Cobra (2007), a moda detém poder de estímulo através da transmissão de um determinado conceito diante dos grupos sociais, por meio de técnicas previamente formuladas. O autor observa o poder de persuasão que a moda possui diante das construções sociais que se articulam entre os grupos e/ou sujeitos em coexistência, de forma sistematizada e preestabelecida pelas articulações realizadas no mundo da moda.

Desta forma, torna-se possível observar de maneira mais evidenciada a influência que a moda mantém sobre os códigos estéticos que vêm sendo construídos através do tempo nas diversas civilizações. Códigos esses que são parte da base que fundamenta a identidade de sujeitos e seus grupos sociais através da exploração da imagem como referência identificatória.

Esses elementos já carregam significâncias que foram definidas através do tempo, mas, apesar de terem uma linguagem subentendida por “universal”, a interpretação observada por cada sujeito e/ou grupo social, em particular, poderá carregar diferenciações muito particulares em relação a cada um desses elementos imagéticos e suas linguagens, comparados ao meio no qual cada grupo/sujeito esteja inserido.

3.1 MODA NÃO HEGEMÔNICA: SUAS ESTÉTICAS E LINGUAGENS

Ao tentarmos traçar perfis dos grupos juvenis alternativos que frequentam o Baixo Augusta, é importante ressaltar o que em muitos momentos foi apontado durante esta pesquisa a respeito do que se entende por “alternativo”. Tentamos delimitar aqui uma definição a respeito desses

grupos juvenis alternativos através de seus hábitos, gostos, usos, apropriações e práticas que fogem dos padrões hegemônicos sociais, assim como suas relações que se alternam entre resistir e negociar com o *mainstream*.

Assim como na definição de alternativo ligado ao independente (já abordado no capítulo anterior), a construção estética de moda desses grupos juvenis se faz seguindo caminhos parecidos. A forma como constroem seus estilos está muito ligada à definição que fazem de suas próprias identidades, através de formas variadas de se representarem e projetarem como desejam serem vistos dentro de seu meio.

Ao tentarmos associar a definição sobre o independente na indústria fonográfica (Herschmann, 2011) com a construção estética de moda feita por esses grupos juvenis do Baixo Augusta, é possível observar que existe um fenômeno semelhante. Assim como a produção musical independente surge através de novos músicos que caminhavam paralelamente ao *mainstream*, esses grupos juvenis fazem da moda ferramenta que permite construir suas estéticas de maneiras diversificadas e fugindo dos padrões hegemônicos impostos pelo mundo da moda massiva.

Indo além do ato de resistência e rejeição ao comumente usual no mundo da moda, esses grupos juvenis se mostram alternativos por também darem usos e apropriações variados ao que a moda lhes oferece. Parecem construir novas formas de ressignificar os signos e significados previamente formulados pela indústria da moda e seu contexto sociocultural, em que é possível notar que existe uma negociação entre os sujeitos/grupos e o que a indústria da moda tem a oferecer.

Nesse processo, podemos observar a relação que esses grupos juvenis mantêm com a indústria da moda, e, indo mais além, como se relacionam com o consumo de artigos de moda (Lipovetsky, 2009). Esse consumo se mostra de maneira que os sujeitos/grupos absorvem diversos elementos e tendências oferecidas pela indústria da moda, no entanto cria novas usabilidades para esses elementos, tornando o artigo de moda algo moldável e flexível.

Ao consumir um produto de moda, esses grupos juvenis não se limitam às tendências que estão presentes no mundo da moda na atualidade. A escolha está muito mais ligada à construção de suas identidades, como uma imagem tangível que os irá promover da maneira como desejam ser vistos. O que permite que tais grupos juvenis não se limitem apenas ao que a moda os oferece na contemporaneidade, mas também absorvam dos vários elementos que a moda possui, a fim de se definirem e se afirmarem socialmente.

Dessa maneira, é possível notar que a construção estética feita pelos grupos alternativos do Baixo Augusta se dá através dos variados elementos presentes na moda ao longo dos anos, construindo uma estética de moda atemporal de maneira que os mesmos signos e significados que fizeram parte da história da moda, e foram tendência em outras décadas, sejam reinseridos na moda atual (moda que define a estética desses grupos em questão).

O ato de reinserir peças do vestuário de décadas passadas no guarda roupa atual, por parte desses jovens alternativos, salienta a possibilidade de ligar elementos de diversas épocas do passado aos do presente, criando-se novas estéticas e linguagens no mundo da moda. O diálogo construído entre esses elementos se mostra como uma construção estética incomum, a materialização imagética de algo que se mostra díspar da hegemonia.

Como visto anteriormente, o alternativo traz a pauta das relações socioculturais e socialidades presentes entre esses grupos, um diálogo mais ativo e frequente entre o que se percebe por “residual”, “dominante” e “emergente” (Williams, 1979). A moda construída por esses grupos juvenis propõe que existam negociações e flexibilidades na convergência e união desses elementos de maneira atemporal.

A estética de moda criada pelos grupos juvenis do Baixo Augusta traz à tona uma noção de permissividade a respeito das mesclas de diferentes tendências, estilos e referências que passam a compor uma nova forma de se interpretar os signos e significados presentes no mundo da moda. Os grupos juvenis que frequentam essa região propõem novos usos e apropriações que

ressignificam a moda de maneira que ela se adeque a suas identidades, seus gostos e preferências musicais, seu “ethos alternativo”.

A indústria da moda, diante desses sujeitos/grupos, se mostra como um polo referencial, que está presente para ser usado como algo que pode ser consultado em busca de referências (não necessariamente para o consumo direto), em alguns momentos se absorvendo do que a moda oferece e, em outros, rejeitando-a. Desse modo, podemos perceber que a construção da estética de moda, presente no cotidiano desses sujeitos/grupos, é algo construído pelos mesmos, como manifesto representativo de suas identidades.

Essas formas diversificadas e fora dos padrões massivos, que esses grupos juvenis alternativos presentes no Baixo Augusta dão ao uso dos elementos que a moda proporciona, nos propõe pensar em como essas representações estéticas, que se pretendem contra hegemônicas, se relacionam com o alternativo. As linguagens de moda criadas por esses sujeitos/grupos buscam ir contra ao que as tendências presentes na indústria da moda oferecem. São as leituras diferenciadas que esses jovens dão à moda que nos ajudam a percebê-los como alternativos.

Esses aspectos podem se fazer presentes desde produções estéticas mais elaboradas e performáticas, ou até mesmo em produções mais simplistas e casuais. Um exemplo observado se refere a um jovem que abordamos enquanto ele caminhava pela Rua Augusta, no fim de uma tarde de sexta-feira. Conversamos e, ao perguntar sobre seu estilo e o uso que faz das tendências de moda para construir sua identidade, ele se mostra descontraído e afirma que pensa a escolha de suas roupas tomando como pontos principais a praticidade e o conforto.

O jovem, que reside na Rua Frei Caneca, tem 29 anos e é *design* de formação, porém optou por seguir a carreira de músico do gênero MPB. É frequentador/consumidor do Baixo Augusta, porém diz não se importar ou ter pretensão em construir uma imagem estética através da moda. No entanto, as referências estão presentes, é possível observar um estilo que permeia a não distinção de gêneros, através da escolha das peças do vestuário das quais ele

faz uso. Seu short extremamente curto e rasgado apresenta uma estética comumente vinculada aos padrões de roupas femininas, assim como a camiseta “*t-shirt*”, que costuma ser uma peça do vestuário predominantemente masculino, mas, nesse caso, apresenta uma modelagem feminina. Ainda que o sujeito em questão não tenha a intenção de construir essa estética propositalmente, esses elementos transmitem sua identidade vinculada a todas essas questões, fazendo com que ele seja percebido como alternativo por transmitir uma imagem que está alheia aos padrões normativos sociais na contemporaneidade.

Fotografia 47 – Frequentador / Consumidor 01

(Baixo Augusta)



Fonte: Fotografado pelo autor.

Essa estética identitária vinculada ao *underground* pode ser observada para além dos elementos presentes no vestuário, sendo ressaltada através da linguagem corporal, gestualidades e atitudes presentes na performatividade. Nos deparamos com duas jovens conversando e socializando sentadas em um bar da região, com 21 e 19 anos, estudantes de história da arte e biologia. As

jovens dizem frequentar o Baixo Augusta com menos frequência do que desejariam por conta dos valores excessivamente altos, e relatam que, quando vêm para a região, acabam frequentando bares mais “sujinhos/podrinhos” (como referem-se ao bar onde estão no momento). As jovens apontam a segmentação que vem acontecendo no mercado em torno ao Baixo Augusta como um processo onde os produtos e serviços estão sendo moldados e direcionados a fim de enquadrar os grupos alternativos em um público específico, com relação a isso o que mais lhes incomoda é o fato delas perceberem que o circuito direcionado aos grupos LGBTs estão sendo frequentados por heteronormativos que não estão realmente inseridos no Baixo Augusta, e desconhecem as formas de socialidade desses grupos. A respeito de suas estéticas, é importante ressaltar a maquiagem diferenciada, repleta de cor e *glitter* na região dos olhos (nos remetendo à maquiagem artística usada pela cantora sueca Jonna Lee durante seu projeto *Iamamiwhoami*³⁷), onde até a sobrancelha é tingida de azul. A camiseta laranja, usada por uma das garotas, é fruto do reaproveitamento e customização de uma peça antiga que foi tingida e ganhou novo visual e significado.

Figura 27 – Clipe “*Hunting For Pearls*”

(*Iamamiwhoami* / Jonna Lee)



Fonte: Print Retirado do Clipe “*Hunting For Pearls*”³⁸.

Figura 28 – Clipe “*Tap Your Glass*”

(*Iamamiwhoami* / Jonna Lee)



Fonte: Print Retirado do Clipe “*Tap Your Glass*”³⁹.

³⁷ Projeto audiovisual que contempla referências dos gêneros *indie* e eletrônico, produzido em co-parceria entre a cantora e compositora Jonna Lee e seu produtor musical Claes Björklund, que rendeu três álbuns durante o período entre 2009 e 2015.

³⁸ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=SJxXYHQIF40>. Acesso em: Fevereiro. 2017.

Nesse sentido, ainda que alguns dos elementos presentes nas roupas dessas jovens estejam projetando uma identidade ligada ao *underground*, podendo-se observar isso no uso da calça rasgada com camisa amarrada na cintura, camiseta tingida através de um processo de “*do it yourself*” (DIY), e o uso de uma camisa xadrez (com modelagem masculina), unida a um tênis pesado comumente usado por *skatistas*. O que deve ser mais evidenciado aqui é a linguagem corporal e a performatividade que transmite um ar *underground* e descontraído.

Fotografia 48 – Frequentadoras / Consumidoras 02

(Baixo Augusta)



Fonte: Fotografado pelo autor.

A moda proposta por esses sujeitos/grupos alternativos, que frequentam o Baixo Augusta, demonstra uma ligação muito forte com elementos do passado e outras temporalidades, articulando um diálogo onde se pondera um equilíbrio

³⁹ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=r46Wcr58mCc>. Acesso em: Fevereiro. 2017.

entre o que se entende por retrô/*vintage* e o que seria o “brega/cafona”, formulando, assim, o surgimento de uma estética e tendência de moda atemporal e diferenciada das demais presentes no *mainstream*.

Esses elementos estão presentes no uso de um chapéu coco e vestido floral, que tem em sua modelagem e estampa corações que formam as pétalas das flores, elementos que nos remetem a uma estética mais romântica e comumente usada durante as décadas de 30 e 40 do século passado, nas regiões mais rurais, sendo usado por uma jovem de 22 anos, profissional da área audiovisual, que compõe sua estética através de seu batom vermelho marcante, alargadores/*piercings*, tatuagens corporais e um tênis preto básico no estilo *All Star*. Existe, aqui, um conflito que se dá através dos signos e seus significados, onde é possível observar a união de elementos do passado à contemporaneidade para que se possa construir uma estética alternativa e alheia à normatividade.

Abordamos o casal dentro da galeria/loja “Fábrica Augusta”, enquanto faziam compras. O rapaz de 23 anos, iluminador de apresentações teatrais e *shows* da região, tem a construção estética de seu estilo vinculada ao universo *basic*/despojado da moda. Com barba por fazer, cabelo grande, jeans, *t-shirt* sem estampa e tênis, complementa sua estética através das várias tatuagens corporais que lhe agregam uma imagem mais ligada a uma atmosfera *rocker*. Ele diz não consumir artigos do universo da moda na região, e frequentam as lojas para que ela consuma, mas questionam o valor excessivo e a “gourmetização” que vem sendo adensada aos produtos e serviços do Baixo Augusta. A jovem relata que compreende o valor agregado aos produtos, que, em sua maioria são feitos por produtores independentes e sem o suporte (custo benefício) que as grandes empresas/lojas de departamentos voltadas ao mercado de moda possui, mas que, ainda assim, observa uma valoração e um valor agregado ao que é comercializado no Baixo Augusta, muito ligado a uma noção distintiva.

Fotografia 49 – Frequentadores / Consumidores 03

(Baixo Augusta)



Fonte: Fotografado pelo autor.

O mesmo se repete na estética construída pelas roupas das duas próximas frequentadoras/consumidoras, onde elementos como: o rabo de cavalo lateral vai ser associado a uma estética e modismo presente na década de 80, não sendo um penteado comumente usado na atualidade. Outros elementos ajudam a dar suporte à essa estética atemporal e que mescla signos e significados que normalmente não dialogam no universo da moda.

A primeira jovem compõe seu estilo mesclando elementos do vestuário que nos remete a uma estética *folk*, através de seu vestido longo de estampa floral. Compondo seu visual com uma bota de cano longo extremamente pesada para ser usada no verão, a jovem nos propõe uma linguagem que busca inspiração no estilo *boho*⁴⁰. Por fim, observamos uma *maxi bolsa* (mais

⁴⁰ Estilo presente no universo da moda que associa elementos *hippie*, *folk* e étnico a uma estética mais sofisticada e contemporânea.

comumente usada pela mulher contemporânea que precisa administrar estudos/trabalho/vida pessoal na correria dos grandes centros urbanos, e, por esse motivo, faz uso de uma bolsa maior que comporte tudo que precisar ao decorrer do dia), e uma tatuagem corporal que ocupa grande parte de seu ombro/braço. A estética construída pela jovem não absorve apenas várias temporalidades, mas também signos que dão referência a diferentes estilos que nem sempre dialogam naturalmente.

Fotografia 50 – Frequentadora / Consumidora 04

(Baixo Augusta)



Fonte: Fotografado pelo autor.

No caso da próxima jovem, a estética construída pela atriz Christa B. Allen, no papel da protagonista “Jenna Rink” (ainda adolescente), no filme “*13 Going On 30*”, que retrata as tendências de moda dos jovens durante a década de 80, nos ajuda a traçar um comparativo e perceber os usos e ressignificações dos elementos do passado presentes na composição estética identitária da jovem na atualidade. Contudo, é preciso ressaltar que a estética

construída no filme é também uma releitura proposta pelo cinema já no início dos anos 2000, a fim de retratar uma simulação exagerada do que foram as tendências e estéticas de moda construídas pelos grupos juvenis durante a década de 80.

Figura 29 – Cena do Filme “13 Going On 30” / “De Repente 30”

(Christa B. Allen como “Jenna Rink”)



Fonte: Fotografado pelo autor⁴¹.

O estilo adotado pela jovem de 25 anos, que é produtora editorial, nos remete a uma estética que agrupa diferentes elementos que constroem uma tendência “*eighty*”. Esses elementos se fazem presentes muito além de seu corte de cabelo e penteado, estão representados na mescla de cores saturadas presentes na estampa de sua camiseta, em sua saia de cintura alta e na jaqueta *jeans* de lavagem mais clara. A jovem complementa essas referências através de seu colar formado por bolinhas que nos remete aos colares usados pelos *clubbers* nos anos 80, e que foram ressignificados e inseridos em outros momentos e estilos, como o “*emo*”, que ressurgiu no início dos anos 2000. Outra característica que chama bastante atenção é o uso de uma meia calça que carrega um ar mais sofisticado, unido a um tênis pesado, que está atrelado ao estilo “*sk8*”⁴².

⁴¹ Disponível em: <http://todateen.com.br/tt/wp-content/uploads/2016/09/Christa-B-Allen-de-repente-30.jpg>. Acesso em 1 de outubro. 2015.

⁴² Gíria que se refere aos elementos derivados do estilo de vida, identidade e estéticas dos grupos que fazem uso do skate.

Fotografia 51 – Frequentadora / Consumidora 05

(Baixo Augusta)



Fonte: Fotografado pelo autor.

A construção estética traduz o estilo de vida e a identidade desses grupos juvenis de maneira imagética. É através da moda que o alternativo se materializa e pode ser identificado de forma visual. Os signos e significados codificados em torno desses elementos se mostram incomuns no que se refere aos padrões hegemônicos presente na contemporaneidade e impostos pela moda.

Em outro momento, nos deparamos com um casal que acabava de sair do restaurante “Maoz Vegetarian” (localizado na Rua Augusta). Ele, um tatuador de 25 anos nascido e criado na capital paulista, e ela uma professora de teatro de 36 anos nascida no Rio de Janeiro, que viveu grande parte da vida em Salvador e mora atualmente em São Paulo, ambos veganos. Eles relatam que o consumo e a frequência na região do Baixo Augusta se direciona mais ao consumo gastronômico, acreditam que essa “gourmetização” que vem

acontecendo na região traz um leque de variedade de consumo que anteriormente não era tão vasto para seguimentos como o veganismo (por exemplo). No entanto, questionam o alto custo dos produtos e serviços, que encarecem o estilo de vida de todas as maneiras, atingindo até os estacionamentos da região.

No que se refere a consumo de moda, ela relata que é contra o consumo excessivo, acredita ter o mínimo de roupas suficientes que precisa para viver e se sente satisfeita assim. Ela nos conta também que a maioria de suas roupas é ela mesma quem costura, e que, apesar de perceber que a maior parte dos jovens que vive nos centros urbanos busca se adequar e se enquadrar em padrões e estilos pré-estabelecidos pelo mercado, acredita não se enquadrar nessas questões.

Por outro lado, ele nos diz que já passou por diversos estilos (como *punk* e *emo*), que condiziam com o momento vivido em sua vida naquele momento e com os grupos dos quais fazia parte. Atualmente, busca construir seu estilo e identidade através de referências que coleta de diversos estilos. O jovem nos faz um apontamento interessante para se pensar. Ele relata que vivemos em um mundo onde tanto a sociedade quanto o mercado tenta segmentar e criar rótulos para os estilos, e que as pessoas têm de se atentar ao construírem suas estéticas, ou podem ser identificadas como sujeito pertencente a um grupo do qual não fazem parte.

Fotografia 52 – Frequentadores / Consumidores 06

(Baixo Augusta)



Fonte: Fotografado pelo autor.

O que norteia esta pesquisa é o entendimento de como esses elementos presentes na estética de moda, na música, nas práticas, usos, apropriações e ressignificações estão vinculadas à construção identitária e ao estilo de vida desses grupos juvenis alternativos.

É possível observar que esses elementos podem se manifestar de maneira mais contida (mas ainda assim se mostrando díspar à normatividade), ou que se posicionem como algo extravagante (como é o caso do frequentador/consumidor do Baixo Augusta que abordamos na saída do “Shopping Center 3”).

O jovem de 24 anos, que é formado em cinema e trabalha como assistente de edição em uma produtora, nos relata que nem ele mesmo entende sua estética de moda e não faz a menor ideia de como seu estilo foi

surgindo. É consumidor frequente de brechós. Nos conta que sempre que vai a um acaba comprando uma camisa e introduziu as camisas em seu estilo naturalmente ao longo dos anos.

Diz perceber que existe uma mudança frequente na região do Baixo Augusta, pois novos grupos juvenis estão sempre surgindo frequentemente (geração após geração). Acredita que, por mais que exista uma intenção de se gourmetizar o Baixo Augusta por parte do mercado, as lógicas e sentidos vinculados ao *underground* ainda se fazem presente através dos grupos juvenis que ainda sentam-se nas calçadas e fazem uso da parte externa dos bares para passarem a noite bebendo.

Fotografia 53 – Frequentador / Consumidor 07

(Baixo Augusta)



Fonte: Fotografado pelo autor.

A construção estética traduz o estilo de vida e a identidade desses grupos juvenis de maneira imagética. É através da moda que o alternativo se materializa e pode ser identificado de forma visual. Os signos e significados codificados em torno desses elementos se mostram incomuns no que se refere aos padrões hegemônicos presentes na contemporaneidade e impostos pela moda.

A mistura de referências estéticas de diferentes estilos, culturas e padrões sociais, é uma das principais características que podem ser observadas na definição estética do alternativo. É possível notar que, assim como na cena musical observada no capítulo 1 e 2 desta pesquisa, o diálogo entre os gêneros musicais se reflete na indumentária desses grupos juvenis. Os signos que estão ligados a algum gênero musical são mesclados a outros elementos que fazem parte do contexto de outro gênero, o que proporciona um hibridismo estético onde o seu jeito absorve elementos de diversas fontes e constrói sua estética da forma como se identifica (sem grandes limitações).

Um exemplo observado durante a pesquisa etnográfica na região do Baixo Augusta foi com uma jovem que tive a oportunidade de conversar em um bar. Cheia de tatuagens, batom preto, maquiagem carregada e com o cabelo característico da cantora Amy Winehouse, a princípio poderia ser “enquadrada” como uma “roqueira clássica” aos olhos dos observadores que passavam por ali. No entanto, durante a conversa, ela nos diz que seus gêneros musicais favoritos iam além do rock, ouvindo também, samba, música latina e *funk* “proibidão”. Esses elementos estéticos ligados ao samba e ao *funk* podem ser observados em suas roupas, representados por seu short extremamente curto, característica estética mais comumente observada nas vestimentas das “funkeiras” de bailes funk e em assistas que ensaiam para o carnaval nos “barracões” das escolas de samba.

Fotografia 54 – Frequentadora / Consumidora 08

(Baixo Augusta)



Fonte: Fotografado pelo autor.

Esse hibridismo construído e representado através da estética é apenas parte do processo que torna esses grupos juvenis alternativos. É através da construção dessa linguagem diferenciada da imagem que a identidade do que propomos pensar como “ethos-alternativo” é formada pelos frequentadores do Baixo Augusta.

Outro exemplo observado durante a etnografia se deu durante uma conversa com dois jovens que passavam a noite na Rua Peixoto Gomide (cruzamento com a Rua Augusta). Os jovens, que tinham 14 e 16 anos, não poderiam entrar em uma das casas noturnas/baladas ou bares da região, portanto, as calçadas daquele trecho do Baixo Augusta se tornavam o *point*, onde eles passavam as madrugadas quando vinham para o Baixo Augusta.

Ambos com cabelos coloridos (ela com cabelos tingidos de vermelho sangue e ele com seus cabelos cor de violeta), a garota tinha um visual que mesclava referências entre a estética mais *underground* (como jeans rasgado e camisa xadrez amarrada na cintura, além de um colar com o símbolo do anarquismo) e uma linguagem quase gótica construída através do excesso de preto em seu vestuário. Já o garoto carregava uma linguagem mais clássica com sua camisa social masculina, um colar em formato de aranha e um *trench coach* extremamente cinturado, como uma peça do vestuário feminino seria (construindo, assim, uma estética andrógena, que se opõe aos padrões estéticos de distinção de gênero presentes no mundo da moda).

Fotografia 55 – Frequentadores / Consumidores 09

(Baixo Augusta)



Fonte: Fotografado pelo autor.

Apesar da estética construída através desses signos e seus significados presentes no universo da moda, os jovens se diziam fãs de animês, mangás,

K-Pop, e se diziam muito ligados ao universo *gamer* e *geek*. Alegam que a forma como se vestem é reflexo do estilo de vida que elegeram e que gostam de misturar referências de vários estilos para compor os seus próprios.

Para além da imagem formada através das roupas usadas por esses sujeitos/grupos, suas representações (que passam a dialogar com o território e o imaginário construído entorno do Baixo Augusta) são transmitidas dando forma à noção que se tem por um estilo de vida alternativo. Esses elementos se manifestam através da performatividade articulada de maneira distinta por cada sujeito em sua particularidade (Chartier, 1990; Butler, 1993; Miskolci e Pelucio, 2007; Herschmann e Oliveira, 2016).

O corpo desses agentes sociais, agregado ao poder da indumentária que a moda proporciona, circulam pela região e passam a incidir na representação de suas identidades e construções estéticas no espaço. Em contra partida, o Baixo Augusta assume o papel de um ambiente que carrega a identidade de um território que abriga uma ampla diversidade social e cultural. São essas trocas de referências e influências que incidem mutuamente que ajudam a legitimar a noção que se tem de ambos como algo ligado ao alternativo (Bastos, 2016; Castilho, 2006).

Um ponto importante que pudemos observar diante das negociações que se articulam na região entre o mercado e os grupos/sujeitos que frequentam e consomem o Baixo Augusta é o segmento de mercado que vem sendo formado estrategicamente e direcionado para esses grupos juvenis alternativos. Os estabelecimentos da região passam a apresentar produtos (seja no vestuário ou em qualquer outro segmento de consumo) que atendam às necessidades e desejos desse público consumidor tão diferenciado.

Os produtos que são oferecidos nas galerias e lojas presentes no Baixo Augusta sempre trazem características ligadas ao “artesanal”, muitos desses produtos realmente acabam sendo feitos por pequenos produtores independentes. No entanto, muitas vezes é possível observar que essa noção de algo produzido de maneira paralelamente à indústria nem sempre é tão real quanto se pretende.

É notório que o consumo, por parte desses sujeitos/grupos, está muito ligado à ideia de consumir produtos de origem contra o *establishment*. Esses grupos juvenis apresentam certa aversão ao consumo de produtos e serviços esquematizados e enlatados pelo mercado de uma maneira geral, buscando produtos que tenham algum diferencial, que não estejam necessariamente na moda ou sejam fruto das tendências do momento.

Os jovens alternativos que frequentam o Baixo Augusta têm em suas práticas de consumo uma noção onívora de cultura que lhes permite absorver de diferentes fontes, segmentos, estilos e/ou tendências, estando em busca de um consumo daquilo que seja exótico e não normativo (Para Peterson e Kern, 1996). É através do consumir algo que se apresenta fora dos padrões hegemônicos que esses sujeitos/grupos passam a se distinguir dos demais e a conquistar distinção social (Bourdieu, 2007). Desse modo, é possível observar uma relação entre as práticas de consumo (seja do tangível ou do intangível) por parte desses grupos juvenis e a noção que se tem a respeito do que é ser alternativo, conceito que viemos tentando definir e esclarecer ao longo de toda esta pesquisa.

Ao analisar o que esses grupos juvenis alternativos consomem (e como consomem), pudemos observar que existem alguns signos que estão atrelados a esse segmento de mercado que vem sendo formado. Elementos que estão ligados aos movimentos LGBT's, Feministas, esquerda política (entre outros), e que são temáticas corriqueiras nas estampas de diversos produtos do vestuário ou decoração.

Alguns dos exemplos que ilustram os produtos direcionados a esses grupos alternativos são imagens: de unicórnios e arco-íris que estão ligadas ao movimento LGBT e fazem referência à sua bandeira; imagens da artista mexicana Frida Kahlo, que se transformou num símbolo ligado ao Feminismo; e imagens do guerrilheiro Che Guevara e do símbolo comunista que fazem referência ao socialismo e à esquerda política. Esses são elementos que, além de trazer representatividade às minorias e subculturas, estão ao mesmo tempo tratando de questões contra hegemônicas (seja no que diz respeito aos padrões socioculturais normativos ou à aversão diante do capitalismo).

Fotografia 56 – Produtos Comercializados / Frida Kahlo

(Baixo Augusta)



Fonte: Fotografado pelo autor.

Podemos observar também que elementos ligados ao passado, ou que representam alguma cultura vista como exótica para os padrões do paulistano urbano, são temas que ilustram produtos e tematizam estabelecimentos comerciais que oferecem diferentes tipos de serviço. Exemplos disso são: o uso de imagens de *pin ups*, que fazem uma ligação da contemporaneidade com referências ao retrô e ao *vintage* como tendência de moda e criando atmosferas atemporais em vários dos estabelecimentos da região; a imagem da cantora Carmen Miranda, abacaxis e flamingos que estão ligados a uma noção de tropicalidade exótica; e imagens de caveiras mexicanas que transmitem e fazem alusão ao consumo do exótico e fora dos padrões presentes na hegemonia sociocultural.

Uma das marcas que trazem essa referência retrô/*vintage* a seu espaço, identidade e produtos são as lojas “Ink Gloss” e “All Right Mama”, instaladas em formas de estande na galeria “De Tudo Tem Um Pouco”, localizada na Rua Augusta. Ambas as marcas seguem um público consumidor muito específico que busca essa estética vinculada à identidade *pin up*. Essas referências ligadas ao passado são exaltadas no provador da “Ink Gloss”, que traz em sua parede uma ilustração que replica um rolo de filme 8 milímetros (usado na indústria do cinema), preenchido por imagens de artistas como Scarlett O’hara, Charlie Chaplin, Audrey Hepburn e Grace Kelly.

Fotografia 57 – Empreendedoras / Loja
 (“Ink Gloss” / “De Tudo Tem Um Pouco”)



Fonte: Fotografado pelo autor.

Fotografia 58 – Produtos Expostos
 (“Ink Gloss” / “De Tudo Tem Um Pouco”)



Fonte: Fotografado pelo autor.

Já no caso da “All Right Mama”, a marca traz uma proposta mais vinculada a uma estética que retrata os anos 50 e 60 do século passado, seguindo como padrão de referência o *rockabilly*⁴³. A marca foi idealizada pela jovem paranaense de 29 anos, que é produtora de moda e empreendedora, graduada em moda e vocalista de uma banda de *rockabilly* (formada apenas por garotas), em parceria com sua mãe, que é costureira. A marca conta com venda *online* e estandes físicos em galerias colaborativas em alguns pontos da cidade de São Paulo.

A jovem relata que optou pelo Baixo Augusta para abrir um dos pontos de venda de sua marca por perceber que nessa região existe um mix de pessoas de diferentes estilos, identidades e gostos que coexistem. Apesar dos outros pontos de venda serem em eventos e feiras específicas voltadas para o público do universo *rockabilly*, a dona da marca afirma que seus produtos têm uma boa aceitação pelos grupos que frequentam a região em busca de artigos de moda diferenciados.

⁴³ Um dos primeiros sub-gêneros advindos do *rock* mesclado ao *hillbilly* que se refere ao universo *country*.

Fotografia 59 – Empreendedora / Loja

("All Right Mama" / "De Tudo Tem Um Pouco")



Fonte: Fotografado pelo autor.

Fotografia 60 – Produtos Expostos

("All Right Mama" / "De Tudo Tem Um Pouco")



Fonte: Fotografado pelo autor.

É importante perceber que existe uma certa “gourmetização” desses produtos e serviços oferecidos nessa região, apresenta-se uma valoração de signos que potencializam seus significados enquanto representações estéticas ligadas a alguma determinada referência, que é observada como algo que agrega valor distintivo. Essa “gourmetização” apontada não está atrelada apenas ao valor distintivo excessivo dedicado a determinados elementos, mas também ao valor material (monetário) que esses elementos adquirem enquanto produtos de consumo.

Desse modo, é possível observar que existem, nessas práticas de consumo, duas frentes igualmente importantes nas vivências desses grupos juvenis alternativos: a “experiência de consumo” e o “consumo de experiência” (Pereira et al, 2015). Ao pensarmos como esses grupos/sujeitos articulam e negociam com o mercado de moda presente no Baixo Augusta, é possível observar que em suas “experiências de consumo”, de artigos de moda e/ou design e decoração, as práticas desses grupos estão vinculadas ao apreciar e vivenciar as significâncias desses elementos, de maneira que formem

afetividades e vínculos entre suas identidades e aqueles produtos que ajudam a definir e materializar a estética dessas identidades.

Por outro lado, passamos a observar o “consumo de experiência”, que, por sua vez, está vinculado ao espaço onde essa experiência acontece (no caso, a atmosfera construída e/ou adquirida entorno do Baixo Augusta enquanto território) como uma apreciação dos signos e significados que estão vinculados à sua identidade (imaginada), e que ajuda a legitimar o estilo de vida desses sujeitos/grupos.

Partindo do que se apurou até o momento, ao analisarmos o que se entende por uma construção estética de moda fora dos padrões hegemônicos, a noção que se tem da moda como algo que se alastra de maneira massiva por meio da propagação que consegue atingir (Calanca, 2008), torna-se algo não totalmente adaptável ao consumo de moda presente no Baixo Augusta. Esses grupos juvenis alternativos rejeitam qualquer tipo de referência ligada ao consumo de massa, buscando desenvolver táticas que driblem o mercado de moda e o consumo de suas tendências de maneira pré-estabelecida (Certeau, 1995).

É possível observar que as práticas de consumo desses grupos alternativos mostram-se muito mais ligadas ao que se relaciona com suas construções identitárias (Hellmann, 2009), dando um maior valor à identificação e individualidade construída do que aos próprios valores distintivos. Ao contrário do que se supõe, apesar do consumo de artigos de moda serem subentendidos como um consumo baseado no modismo e nas sazonalidades, onde a busca por conquistar distinção social se mostra frequente (Bourdieu, 2007 e Lipovetsky, 2009), essa não se mostra a questão de primária importância para esses grupos/sujeitos. A distinção, para esses agentes que fazem parte da cultura alternativa, está vinculada à autoafirmação de suas identidades diante de seu meio.

3.2 ESTILO DE VIDA ALTERNATIVO: O SURGIMENTO DE UM NOVO ETHOS?

Retomamos aqui um dos principais questionamentos deste estudo, que nos guia e busca compreender como se dão as relações articuladas pelos grupos juvenis alternativos frequentadores e consumidores do Baixo Augusta. Esta análise vem se desenvolvendo ao longo de toda a pesquisa, através de um olhar baseado na etnografia da região e das práticas, usos e apropriações por parte de seus frequentadores, assim como sua relação conflituosa com os padrões sociais, culturais e estéticos impostos pelo *mainstream*. Seria possível constatar o surgimento desse “ethos-alternativo” formado nos entornos do Baixo Augusta?

Pensando o estilo de vida desses grupos juvenis, é necessário levar em consideração elementos como a cena musical, a construção estética de moda, as práticas de consumo (do tangível e intangível), e os usos e apropriações dados por esses sujeitos/grupos. Temos que ressaltar que, assim como visto anteriormente, os elementos que identificam esses grupos juvenis como alternativos, em diversos outros momentos ao longo do texto, são os mesmos elementos usados aqui para delinear o que se entende por um estilo de vida alternativo.

É a união dos vários elementos analisados, ao longo deste estudo, que constroem e definem um específico estilo de vida. São as semelhanças encontradas que passam a delimitar esses grupos juvenis como categoria específica dentro do território formado no espaço urbano da cidade de São Paulo. Os padrões socioculturais desses sujeitos/grupos, como hábitos alternativos, se dão pelos aspectos não hegemônicos que os compõem.

Essa noção do que se entende por “alternativo” se dá por meio das trocas, usos, apropriações, confluências e negociações praticadas por esses grupos juvenis. Esses são alguns dos processos que formam as identidades desses sujeitos/grupos presentes no Baixo Augusta. Como um ponto de sutura que se articula através da resistência e negociação constante de todas as

partes envolvidas, as relações conflituosas que vão estruturando diferentes e múltiplas identidades que coexistem em um mesmo espaço (Hall, 2014).

A noção que se tem de identidades formadas dentro desse processo, é que elas apresentam referências de múltiplas origens em sua desenvoltura construtiva. Os grupos/sujeitos envolvidos nesse fenômeno de socialidades e trocas culturais absorvem e adicionam a suas identidades alguns elementos das diversas culturas ali presentes, e, por outro lado, rejeitam e se opõem a eles.

É nessa multiplicidade cultural e em sua flexibilidade que surge o que pretendemos por “ethos-alternativo”, formado pela abundante variedade de referências e influências, pela relação conflituosa resistida e negociada, e pelas apropriações e novos usos articulados por esses sujeitos/grupos juvenis.

Como observado por Hall (2000), em sua análise a respeito dos tipos de sujeitos e a formação das identidades, o sujeito que melhor definiria esses jovens alternativos presentes no Baixo Augusta seria o sujeito pós-moderno. Por ser formado de maneira multifacetada e absorver das diversas referências sociais e culturais constantemente, esse sujeito se mostra como um ethos formado por identidades múltiplas, adaptáveis e potencialmente mutáveis. São essas as características que definem e concebem esse suposto “ethos-alternativo”, além de uma relação ambígua mantida com o *mainstream*/cultura hegemônica, que envolve sedução, negação, cumplicidade e negociação.

Sabemos que esse ethos se dá através da socialidade articulada nos entornos do Baixo Augusta. A socialidade formada por esses sujeitos/grupos juvenis é desenvolvida através das produções de sentidos que acontecem durante os grupamentos urbanos. São essas interações, juntamente com a relação desenvolvida por esses grupos juvenis diante ao espaço e sua territorialidade, que legitimam o alternativo como um estilo de vida (Janotti Jr., 2003).

Assim como em qualquer estrutura social, a cultura alternativa encontrada nesses grupos juvenis emerge dentro da territorialidade e das socialidades encontradas no Baixo Augusta (Certeau, 1995). Para esses grupos alternativos, o topo de sua estrutura sociocultural se refere ao quão

mais alternativo se é, assim como ao elo construído entre os sujeitos e o Baixo Augusta.

Existe aí um apreço desses grupos alternativos pela territorialidade e os produtos/serviços oferecidos dentro dessa região, expressos no ato de frequentar casas noturnas/baladas, bares, galerias/lojas e consumir os produtos/serviços oferecidos no Baixo Augusta, legitimando suas identidades como sujeitos não hegemônicos que levam um estilo de vida alternativo, negando alguns elementos do capitalismo, ainda que corroborando e resignificando outros.

Nesse contexto, o que define e legitima o “ethos-alternativo” do Baixo Augusta são esses elementos ligados ao não hegemônico. A distinção conquistada por esses grupos juvenis alternativos se dá por outros meios (como a valorização do subcultural e a representatividade das minorias socioculturais). No entanto, essa construção apresenta os mesmos processos distintivos apontados por Bourdieu (2007), levando-se em consideração outros elementos e sentidos de valor.

O apreço pelo exótico é um dos principais elementos distintivos presentes na construção social desses grupos juvenis alternativos. O exótico aqui apontado se refere a toda e qualquer cultura que esteja alheia ao *mainstream*, sendo agregado de valor e potencializado por esses sujeitos/grupos (Peterson e Kern, 1996). O exótico, como elemento distintivo, vai totalmente contra ao que os padrões hegemônicos propõem por normatividade. É na aversão aos padrões sociais que o alternativo vai tomando forma e se legitimando cada vez mais, como um estilo de vida que caminha através de processos diferenciados de construção identitária.

Um exemplo desse processo está no uso de elementos periféricos, cafonas, bregas e/ou de alguma maneira excluídos ou inferiorizados pelo *mainstream*, como conteúdo referencial que vem a se tornar o que agrega poder aos sujeitos/grupos nas culturas juvenis, legitimando suas identidades e lhes atribuindo poder distintivo em seu meio. Esse processo é exemplo da teoria “*trickle down*”, que é comumente usada no mundo da moda para definir o

processo onde algo que está nas camadas mais baixas da sociedade passa a emergir (Polhemus, 1994).

Outro exemplo desses elementos inferiorizados e que estão à margem do que se entende por distinção perante a hegemonia na sociedade contemporânea, seriam os estabelecimentos que vendem acarajé e outros tipos de comida baiana, assim como a “Casa do Norte” e a comercialização de caldo de mocotó e outras comidas nordestinas que são comumente consumidas por grupos de migrantes da região nordeste e/ou descendentes de nordestinos que vivem atualmente na região na cidade de São Paulo. Nesse caso, ambos os estabelecimentos e produtos se tornam elementos ligados ao universo do exótico, e, assim, passam a agregar algum valor distintivo.

É importante levar em consideração que são os usos e apropriações mantidos por esses sujeito/grupos pós-modernos que passam a agregar valor e legitimar práticas de consumo como essas. São os processos distintivos agregados a esses produtos e serviços que passam a delinear as identidades e estilos de vida desses grupos juvenis alternativos (Slater, 2000).

Assim, podemos observar que o consumo proporciona e agrega distinção e valor, tanto através do consumo de produtos tangíveis quanto de serviços intangíveis. No entanto, o que legitima distinção ao que se consome não necessariamente está vinculado ao que se consome, mas sim será definido a como esses grupos/sujeitos consomem, já que na contemporaneidade cada vez mais o consumo se torna transitório e mutável (Featherstone, 1995). Quando pensamos os grupos alternativos presentes no Baixo Augusta, essa noção de transição constante se potencializa por se tratar de um ambiente onde a confluência de referências e tendências são excessivas e corriqueiras.

Ao propomos o surgimento de um “ethos-alternativo”, que explicita grupos sociais presente nas culturas juvenis, é importante ressaltar que os jovens costumam definir suas identidades por meio de como são seus estilos de vida e como se desenvolvem a construção de suas relações e interações sociais, assim como absorvem de cada uma das culturas com as quais convivem (Feixa, 1996). Esta é uma questão importante a se considerar

quando pensamos nos grupos juvenis, é o acesso a diferentes e múltiplas culturas e grupos sociais distintos de forma que se abra um leque variado, mutável e flexível no que se refere às trocas que permeiam todas as camadas do que se entende por culturas juvenis na contemporaneidade.

Um dos elementos que está vinculado à noção de alternativo é a cultura do “*do it yourself*” (DIY), que significa “faça você mesmo”. Esse conceito surge com o movimento *punk* durante meados da década de 70 do século passado, e está vinculado à frase “faça você mesmo, pois ninguém fará nada por você”, como afirma Gallo (2010). A frase e o idealismo do movimento *punk* caminhavam em sentido contrário ao que os *hippies* acreditavam.

Esse idealismo e estilo de vida praticado pelo movimento *punk* estavam vinculados a manifestações políticas que tinham por intuito denunciar a sociedade capitalista que indireta ou diretamente alimentavam (e alimentam até os dias de hoje) a aceitação da miséria e da podridão do consumo (Gallo, 2010). Tem de se levar em consideração também que o movimento *punk* se apresenta e se manifesta como uma geração que manifestou a ruptura dos padrões vividos pelas gerações anteriores até então.

Para Iazzetta (2012), o conceito de “faça você mesmo” pode ser visto como uma manifestação por parte de quem pratica, que está vinculada a uma postura ética por parte do sujeito, que critica as práticas de consumo, a submissão do sujeito diante de um esquema social e/ou segregacional. Com base no que pressupõe a proposta do “faça você mesmo”, cada sujeito que a prática poderia, assim, realizar tarefas ligadas a suas necessidades. Desse modo, a experiência agrega vivência aos grupos/sujeitos e rompe com as necessidades de consumir produtos e serviços oferecidos pelo *mainstream*.

É através desse contexto que passamos a observar que, inserido no segmento de mercado desenvolvido e pensado para os grupos alternativos do Baixo Augusta, segue um elo vinculado ao *do it yourself* (DIY). Dentre os tantos produtos dos quais esses grupos alternativos consomem, muitos deles apresentam uma estética que parece ter a intenção de transmitir ao sujeito que o compre uma sensação de que foi ele mesmo quem o fez, reiterando uma

crítica às formas hegemônicas e massivas de produção e consumo na moda, na música, nas estéticas.

Para além dessa noção meramente estética, um segmento de mercado que se relaciona com a noção proposta de estilo de vida e práticas de consumo alheias ao *mainstream* mantido por esses grupos alternativos vem surgindo. Atualmente, é possível encontrar em lojas virtuais como a “HC Store” (loja surgida do blog “Homens da Casa” e idealizada pelo publicitário Eduardo Mendes), que trazem uma proposta de “*do it yourself*” (DIY) que permeia o segmento do *design* de interiores mais voltado para o público masculino. Nessa loja, é possível encontrar *kits* que são formados por partes de produtos com instruções que direcionam e instruem o consumidor a vivenciar a experiência de construir seu próprio produto (como um “*do it yourself*” (DIY) semi-preparado), que lhe permite montar um produto pré-estabelecido, ou criar intervenções e dar novos sentidos e significados utilizando-se da criatividade. Alguns exemplos de produtos que fazem parte desse segmento são: um *kit* com um vaso de vidro, algumas pedras, areia e semente de alguma planta; um *kit* com uma tela de pintura, algum estêncil, tintas e pincel; entre outras tantas variações e possibilidades. Esse tipo de produto tem por intuito estimular e proporcionar a vivência do consumidor a produzir seus próprios produtos.

Outras plataformas como “YouTube” e “Pinterest” também se tornaram meios de compartilhamento de conteúdo “*do it yourself*” (DIY), a fim de incentivar esse tipo de consumo em que o próprio consumidor produz o produto que deseja. Alguns canais direcionados para esse tipo de público são: o próprio “Homens da Casa”; “Fabio Basso”; “Diycore”; “Paulo Biacchi”; “EK Tube”; “Ricota Não Derrete” (entre outros). Em sua maioria, os canais são produzidos e apresentados por *designs* de interiores (ou formados em áreas correlatas), que seguem uma proposta de consumo que se quer consciente e ecologicamente correta. Este é o caso de Erika Kapurk (“EK Tube”), que propõe, em suas reformas e projetos, o reaproveitamento de matérias e a não produção de resíduos que serão descartados no meio ambiente. Outra que deve ser ressaltada é a Daniela Vasconcelos (Ricota Não Derrete), que propõe um trabalho ligado ao uso de objetos que fazem parte do consumo popular e que tem um preço baixo (na maioria artigos de lojas de R\$ 1,99), sendo

transformados e ressignificados, ganhando novos usos, sentidos e valor distintivo.

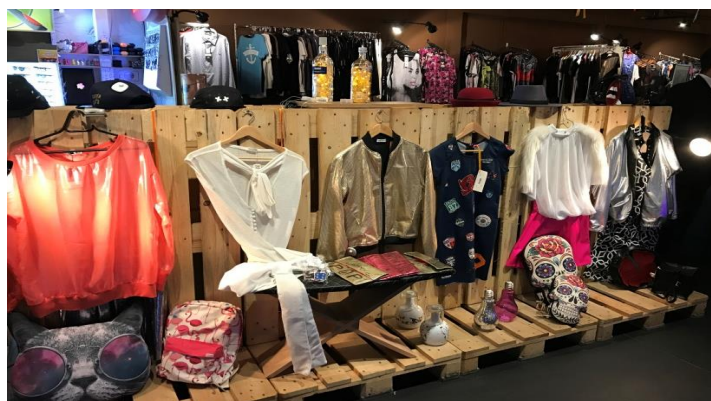
Essas se mostram tantas das formas encontradas pelo mercado em se segmentar e direcionar sua produção a um específico grupo de consumidores, que, nesse caso, é formado por grupos que se opõem ao consumo direto do que o *mainstream* tem a oferecer. Desse modo, são desenroladas as articulações negociadas de “táticas” e “estratégias” entre esses grupos alternativos e o mercado que se forma a fim de segmentá-lo (Certeau, 1995).

Essa estética “*do it yourself*” (DIY) é um elemento que está presente até mesmo na forma como as lojas/galerias são construídas, ou no modo em como os produtos são expostos. Como observamos no caso da “Fábrica Augusta” que se utiliza do reaproveitamento de *pallets* (usados para carga e descarga na indústria, e que vem se tornando tendência e elemento decorativo ligado ao “*do it yourself*”), para a construção de suas gôndolas expositoras.

Outro elemento que chama a atenção na disposição dos produtos proposta pela loja/galeria é o uso de uma “tábua de passar” (cenográfica), sendo usada como suporte para expor alguns objetos menores. Essa proposta nos remete a uma noção que vai além dos padrões estéticos normativos utilizados na exposição de produtos nas vitrines de grandes marcas presentes na indústria da moda, além de fazer referência a um objeto ordinário que não é comumente visto como elemento de decoração.

Fotografia 61 – Produtos Expostos

(Fábrica Augusta)



Fonte: Fotografado pelo autor.

Para Watson e Shove (2008), o *do it yourself* (DIY) trata da combinação e união de elementos como: ferramentas, materiais e competências. A união desses elementos é o que passa a construir o estilo de vida e a identidade do consumidor em questão, se desenrolando na relação entre produto, projeto e prática.

Esses elementos são o que tornam o consumidor um integrante ativo na produção do que consome, tendo o poder de escolha no resultado final do seu produto (Ribeiro et al, 2014). Essa noção é algo que define bem o estilo de vida construído de maneira alternativa por esses grupos juvenis, são os usos e apropriações, mas, principalmente, a produção e poder de escolha ativa naquilo que se consome que vão diferenciar essa prática de consumo das demais.

Esses elementos permitem (ainda mais) que esses grupos/sujeitos alternativos construam suas identidades exatamente como desejam ser vistos e projetados diante do seu meio social. Assim, construindo o que se pretende por “ethos-alternativo” do Baixo Augusta.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo desses dois anos de pesquisa proporcionados pelo mestrado, fomos construindo um caminho de questionamentos que se referem às inter-relações articuladas na sociedade contemporânea, em meio a seus fluxos globais e locais pluralizados nos centros urbanos. Através de estudos de base etnográfica passamos a analisar como são articuladas as socialidades construídas pelos grupos presentes no Baixo Augusta (região central da cidade de São Paulo), que carrega algumas características do que poderíamos chamar de não hegemônicas ligadas ao que se entende por uma “cultura alternativa”.

Tendo essa região como foco central de pesquisa, passamos a aprofundar os estudos focando nas características das identidades juvenis que se fazem presentes e colaboram para compor um certo “ethos alternativo” que buscamos compreender. Percebemos que existe uma relação de usos, apropriações e trocas existentes entre os grupos/sujeitos que frequentam essa região e o próprio espaço como territorialidade (Bastos, 2016). É através dessas trocas que se constroem as identidades dos jovens que frequentam o Baixo Augusta como alternativa que se articula e se hibridiza de diversas maneiras nesse circuito.

No decorrer deste estudo, fomos traçando questionamentos que delimitaram os apontamentos centrais da dissertação, nos permitindo observar questões que se relacionam com: a cena musical e a indústria fonográfica ligada aos processos independentes da produção cultural (Herschmann, 2011), presente nessa região e nas relações de consumo mantidas com esses grupos juvenis alternativos; a estética construída através dos elementos relacionados ao mundo da moda (Calanca, 2008; Castilho, 2006); e as práticas de consumo mantidas por esses sujeitos/grupos em questão (Lipovetsky, 2009; Canclini, 1999); a construção das identidades e a busca por distinção social (Hall, 2000 e 2014; Bourdieu, 2007; Peterson e Kern, 1996), articuladas por esses sujeitos/grupos, e como se manifestam através das performatividades que dialogam com a territorialidade do Baixo Augusta; e o surgimento de uma cultura alternativa que define os usos, apropriações e práticas presentes no

estilo de vida (Nahas, 2001; Ucho, 2002) desses sujeitos/grupos, pressupondo o surgimento de um possível “ethos-alternativo”.

Desse modo, a pesquisa se divide em três momentos específicos, nos quais o estudo direciona um olhar particular para que seja possível compreender a amplitude dos vários questionamentos surgidos em torno ao que se entende por “alternativo”. Esses três momentos derivaram nos três eixos centrais da pesquisa que deram forma a cada um dos capítulos desta dissertação.

O primeiro capítulo teve como principal propósito fazer uma discursão teórica conceitual a respeito das diversas questões envolvidas no que se entende por juventudes, resistência juvenil, subculturas e os desdobramentos e limites contemporâneos a estes conceitos, bem como uma apresentação do Baixo Augusta, com sua identidade, territorialidade e estética, vinculadas a seus frequentadores/consumidores.

Com um olhar que foca as culturas juvenis que se querem engajadas e ativistas em suas relações com a cultura *underground*, esse capítulo tenta esclarecer conceitos ligados aos processos de construção de identidades e como essas identidades fazem uso de valores para conquistar distinção social em seu meio (Freire Filho, 2007; Feixa, 1996; Hall, 2000 e 2014; Bourdieu, 2007). Outro ponto importante, presente nesse capítulo, tratou de definir uma noção do que seria o conceito de “alternativo” que surge em meio a esses grupos juvenis. Ao mostrar o “Baixo Augusta”, seu lugar no centro urbano da cidade de São Paulo, que carrega valores ligados ao que se pretende em conflito com a noção de hegemonia e contra hegemonia, articulamos o que tratamos aqui por relações não hegemônicas e em conflito com os padrões sociais normativos (Pereira, 2016; Santos, 1999; Bastos, 2016; Gramsci, 2002).

O segundo capítulo tratou das transformações na produção fonográfica independente, bem como os usos e consumos que os grupos sociais aqui em pauta estabelecem com elas. Propomos traçar um histórico que teve por intenção relatar o processo de transformação da produção independente para o que se entende hoje como “*indie*”, enquanto gênero musical presente no *mainstream* (Herschmann, 2010 e 2011 Oliveira, 2002; Freire Filho, 2002).

Através desses apontamentos, passamos a relacionar o gênero musical *indie* e suas relações com o que se pretende engajado e transgressor diante dos padrões sociais normativos, com o surgimento de que tentamos definir como uma cultura alternativa formada através dos grupos juvenis e como o *mainstream* se articula a tudo isso a fim de definir e segmentar esse gênero musical (Sá, 2010; Vlad, 2011). É importante ressaltar que essa noção de “alternativo” já é algo presente nas relações mantidas por esses sujeitos/grupos, onde se tem uma identificação e apropriação do termo, assim como é importante ressaltar que o mercado já se utiliza desses elementos ligados ao que se entende por “alternativo”, a fim de segmentar esses sujeitos/grupos.

No terceiro capítulo, buscamos definir o estilo de vida desses grupos juvenis alternativos encontrados no Baixo Augusta através de elementos ligados à estética de moda e às práticas de consumo (usos e apropriações) desses grupos/sujeitos, contribuímos para definir o que se entende por “*ethos*-alternativo”. A partir desse ponto, traçamos uma definição do que se entende por moda, suas relações com a construção estética e o valor distintivo vinculado a esse universo, norteando, assim, uma reflexão a respeito do que é a moda e o potencial da indumentária nas construções de identidades dos sujeitos/grupos em seus respectivos meios (Lurie, 1997; Calanca, 2008; Sant’Anna (2003).

Através dessa noção obtida a respeito da moda, passamos a observar como a moda se relaciona com o corpo (usando-o como suporte), a fim de construir e definir identidades e potencializar a performatividade (Castilho, 2006; Rocha e Silva, 2007) e a construção distintiva que a moda proporciona aos sujeitos/grupos (Hellmann, 2009; Cobra, 2007).

Passamos a observar como se dá o consumo de moda (e artigos correlacionados) por parte desses grupos juvenis alternativos (Lipovetsky, 2009). Ressaltando seu vínculo com a cultura “*do it yourself*” (DIY), que envolve as relações conflituosas entre resistência e absorção por parte desses grupos juvenis alternativos ao que é oferecido pelo *mainstream* (Fogg, 2013; Shove, 2008; Gallo, 2010; Iazzetta, 2012).

Partindo dessa proposta de divisão de capítulos, buscamos direcionar a dissertação para uma conceituação que envolve os usos, apropriações e práticas ligadas à construção estética de moda, à cena musical e à formação de identidades de sujeitos/grupos que compreendemos como alternativos.

Através dessa abordagem, pudemos observar que a amplitude do tema central da pesquisa desenvolvida mostrou-se vasta e pluralizada, formada por apontamentos que irradiam em diversas outras questões que derivam do eixo central estudado.

Desse modo, levando em consideração a origem de toda a problematização do tema escolhido, não trazemos apontamentos conclusivos a respeito do objeto de estudo, mas sim considerações finais a respeito do apanhado parcial obtido através de nossas pesquisas.

Com base no que pôde ser observado, estudado e conceituado, quanto ao entorno das questões que envolvem o estilo de vida alternativo, mantido pelos grupos juvenis frequentadores do Baixo Augusta, sugerimos o surgimento de um "ethos-alternativo", que parece ir além do gosto musical e dos usos de vestimentas e acessórios.

Assim, é importante ressaltar questões que mereceriam maior adensamento para uma melhor conceituação deste "ethos-alternativo", o que poderá ser realizado em futuras pesquisas.

Ressaltamos, aqui, dentre esse leque de questões, que não puderam ser exploradas mais a fundo durante esses dois anos de mestrado: entrevistas em profundidade com os grupos juvenis frequentadores do Baixo Augusta; entrevistas em profundidade com os lojistas da região e funcionários das casas noturnas propostas nesta pesquisa; um maior aprofundamento no que tange às dinâmicas históricas de transformações do Baixo Augusta, através de entrevistas em profundidade com os sujeitos que frequentaram a região ao longo das últimas décadas; o acompanhamento (uma etnografia de consumo) de alguns desses agentes, em particular durante as práticas de consumo (tanto nas lojas/galerias, quanto nas casas noturnas do Baixo Augusta), a fim de compreender seus hábitos.

Ao realizarmos esta pesquisa de base etnográfica, assumimos uma abordagem com enfoque direcionado aos questionamentos que envolvem as relações de socialidade constituídas nessas culturas juvenis alternativas vinculadas ao Baixo Augusta. Tal metodologia de pesquisa nos permitiu inserirmo-nos naquele ambiente, proporcionando uma maior absorção de elementos, linguagens, usos, apropriações e práticas articuladas e negociadas por esses grupos juvenis alternativos.

Pudemos observar que existem características relacionadas à construção estética de moda e performatividade vinculadas à formação da identidade desses grupos/sujeitos. Elementos que dialogam numa relação de troca entre os grupos/sujeitos e o território, que agregam valor distintivo aos grupos alternativos, e que, em processo contrário, também são legitimados pelos mesmos grupos.

Em meio às práticas desses grupos/sujeitos, a linguagem corporal se torna uma forma performativa de evidênciação, juntamente com as particularidades das gírias construídas na linguagem verbal, passam a se relacionar com a estética construída através da moda e dos gêneros musicais aos quais absorvem referências que colaboram na construção de suas identidades.

É importante ressaltar que a construção dessas identidades e dos padrões que delimitam esse estilo de vida alternativo está muito vinculada à vasta pluralidade de referências oferecidas em seu meio. Assim, como visto anteriormente, as construções identitárias desses grupos levam em consideração a noção de um sujeito pós-moderno (Hall, 200), e o consumo onívoro dessas várias referências culturais que se apresentam em seu meio (Peterson e Kern, 1996).

No entanto, é importante levar em consideração as questões ligadas às negociações conflituosas entre os grupos, e dos grupos para com o *mainstream*. Onde, por um lado, se absorve do que o mercado e a hegemonia oferecem, e, por outro lado, se resiste e se nega toda e qualquer referência vinculada aos padrões normativos sociais ou à cultura de massas. Ressaltando, aqui, mais um elemento que está vinculado à formação dessas

culturas alternativas, o ponto de sutura (Hall, 2000) como um processo conflituoso presente nas relações de socialidade desse “*ethos*-alternativo”.

Contudo, torna-se intrigante perceber que nessas articulações existe um processo onde: a mesma resistência, tão delimitadora, que se opõe aos padrões hegemônicos normativos em um momento passa a absorver dessas mesmas referências a fim de ressignificá-las, na tentativa de legitimar a intenção que se tem em resistir ao *mainstream*. Nesse contexto, percebemos que existe uma resistência flexível entre esses grupos juvenis alternativos, permitindo com que sejam moldados a fim de readequar referências, apropriando-se e dando novos usos ao que é absorvido.

Podemos observar que o que se entende por “*do it yourself*” (DIY), mostra-se como uma referência que define muito dos princípios construídos por esses grupos/sujeitos alternativos. É a ideia advinda do “faça você mesmo” que nos ajuda a definir esse estilo de vida alternativo.

Dentre o que foi apurado até o momento, podemos teorizar que o “*ethos*-alternativo” observado no Baixo Augusta, trata de grupos sociais que poderiam levar essa noção do “faça você mesmo, pois ninguém fará nada por você” vinda da cultura *punk*, como processo de resposta a essas referências. Grupos que estão dispostos a articular negociações com o *mainstream*, pois não se opõem a tudo o que a sociedade capitalista tem a oferecer, mas que também não querem absorver os rótulos engessados construídos e oferecidos pela cultura de massa de forma enlatada e pronta para o consumo.

Esse “*ethos*-alternativo” se forma através do desejo por independência em sua construção social e cultural, observando que interferências e adequações precisam e devem ser feitas. O estilo de vida alternativo que tentamos compreender durante essa pesquisa, se refere ao processo em que esses grupos/sujeitos fazem a absorção de referências e elementos, depois selecionam o que deve ser observado como relevante e o que deverá ser rejeitado, e, por fim, a ressignificam e adequam aos padrões, necessidades e escolhas de cada um dos sujeitos e/ou grupos em questão.

REFERÊNCIAS

- BASTOS, Bruna Freire. **Construindo identidades, espaços e sentidos: O consumo cotidiano na cidade de São Paulo, um olhar sobre a Rua Augusta**. São Paulo: ESPM, 2016.
- BAUMAN, Zygmunt. **Identidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 2005.
- BENETI, Mariana Bento; ROSA, Márcia Eliane. **A construção da arte pop de David Bowie nas facetas dos personagens Major Tom e Ziggy Stardust**. Trabalho apresentado no IJ 8 – Estudos Interdisciplinar Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste – INTERCOM. Salto/SP: 2016.
- BORELLI, Silvia Helena Simões. **O Jovem Sob Três Perspectivas (Acadêmica, Política e Cultural)**. Intercom, 2008.
- BORELLI, Silvia Helena Simões; ROCHA, Rose de Melo. **Juventudes, midiatisações e nomadismos: A cidade como arena**. São Paulo: Comunicação, Mídia e Consumo, 2005.
- BUTLER, J. Bodies that matter: **On the discursive limits of sex**. London: Routledge, 1993.
- BOURDIEU, Pierre. **A Distinção (Crítica Social do Julgamento)**. Porto Alegre: Zouk, 2007.
- CALANCA, Daniela. **História social da moda**. São Paulo: Editora SENAC, 2008.
- CANO, Rubén López. **Performatividad y narratividad musical en la construcción social de género. Una aplicación al Tango queer, Timba, Regetón y Sonideros**. Salamanca: SIBE-Obra Social Caja Duero, 2008.
- CASTILHO, K.; MARTINS, M. M. **Discursos de moda: Semiótica, design e corpo**. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2005.
- CASTILHO, Kátia (Orgs.). **Plugados na Moda**. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2006.
- CERTEAU, Michel de. **A Cultura no Plural**. Campinas: Papyrus Editora, 1995.
- CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano: Artes de fazer**. Petrópolis: Vozes, vol 1, 1994.
- CHARTIER, Roger. **A História Cultural (Entre Práticas e Representações)**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1990.

- CIDREIRA, Renata Pitombo. **Moda e estilo: introdução a uma estética da moda**. Porto Alegre: Revista FAMECOS, 2008.
- COBRA, Marcos. **Marketing e Moda**. São Paulo: Senac Editora, 2007.
- ESCOSTEGUY, Ana Carolina. **Cartografias dos estudos culturais: Uma versão latino-americana**. Belo Horizonte: Autêntica, 2001.
- FEATHERSTONE, Mike. **Cultura de Consumo e Pós-Modernismo**. Trad. Julio Assis Simões. São Paulo: Studio Nobel, 1995.
- FEIXA, Carles. **De Jóvenes, bandas y tribos: Antropología de la juventud**. Barcelona: Editorial Ariel, 1996.
- FEIXA, Carles.; PORZIO, Laura. **Los estudios sobre culturas juveniles em España (1960 – 2003)**. Barcelona: El Tema, 2003.
- FERRAZ, Guilherme; MAGALHÃES, Luiza; MONTEIRO, Tiago; REFKALEFSKY, Eduardo. **Björk: O pop e a arte na indústria cultural**. Trabalho apresentado no GT – Jornalismo, do Iniciacom, evento componente do XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste – INTERCOM. São Paulo: 2008.
- FOGG, Marnie. **Tudo sobre moda**. Rio de Janeiro: Sextante, 2013.
- FREIRE FILHO, João. **Das subculturas às pós-subculturas juvenis: Música, estilo e ativismo político**. Contemporânea – Revista de Comunicação. v.3, n.1, 2005.
- FREIRE FILHO, João. **Reinvenções da resistência juvenil: Estudos culturais e micro-políticas do cotidiano**. Rio de Janeiro: Ed. Mauad, 2007.
- GALLO, Ivone. **Por uma historiografia do punk**. São Paulo: PUC - Projeto História. 2010.
- GARCÍA CANCLINI, Néstor. **Consumidores e Cidadãos: Conflitos multiculturais da globalização**. Rio de Janeiro: Editora, 4a Ed, UFRJ, 1999.
- GARCÍA CANCLINI, Néstor. **Diferentes, desiguais e desconectados: Mapas da interculturalidade**. Rio de Janeiro: v 3. Ed. Editora UFRJ, 2015.
- GARCÍA CANCLINI, Néstor; CRUCES, Francisco; URTEAGA, Maritza Castro Pozo (coord.). **Jóvenes, culturas urbanas y redes digitales: Prácticas emergentes en las artes, las editoriales y la música**. Madrid: Fundación Telefónica, Barcelona: Editorial Ariel, 2012.

- GOMES, Marcelo Salcedo. **Imagens midiaticizadas: Comunicando a si mesmas**. In: MONTAÑO, Sonia; FISCHER, Gustavo; KILPP, Suzana (orgs.) Impactos das novas mídias no estatuto da imagem. Porto Alegre: Sulina, 2012.
- GRAMSCI, Antonio. **Cadernos do cárcere**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, v.5, 2002.
- HALL, Stuart. **A Identidade Cultural na Pós-modernidade**. 10. Ed. DP&A Editora, 2014.
- HALL, Stuart. **"Quem precisa da identidade?"**. Petrópolis: Vozes, 2000.
- HELLMANN, Aline Gazola. **A moda no século XXI: Para além da distinção social?** Porto Alegre: UFRGS, 2009.
- HERSCHMANN, Micael. **Cenas, circuitos e territorialidades sônio-musicais**. In: JANOTTI JR, Jeder; SÁ, Simone Pereira de. (orgs.). **Cenas musicais**. Guararema/SP: Ed. Anadarco, 2013.
- HERSCHMANN, Micael. **Indústria da música em transição**. São Paulo: Estação das Letras, 2010.
- HERSCHMANN, Micael. **Nas bordas e fora do mainstream musical: Novas tendências da música independente no início do século XXI**. São Paulo: Ed. Letras e Cores, 2011.
- HERSCHMANN, Micael; OLIVEIRA, Luciana Xavier. **Comunicação, Música e Estilos de Vida agenciados no Baile Black Bom**. Goiás: COMPÓS, 2016.
- HERSCHMANN, Micael; SANMARTIN, Cíntia Fernandes. **Música nas ruas do Rio de Janeiro**. São Paulo: Intercom, 2014.
- IAZZETTA, Fernando. **Técnica como meio, processo como fim**. In: Teoria, crítica e música na atualidade. VOLPE, Maria Alice. (Orgs.). Rio de Janeiro: UFRJ, 2012.
- JAMESON, Fredric. **Pós-Modernidade e Sociedade de Consumo**. Novos Estudos, 12, 2002.
- JANOTTI JR, Jeder. **Mídia, cultura juvenil e rock and roll: Comunidades, tribos e grupamentos urbanos**. Belo Horizonte: INTERCOM, 2003.
- KAWAMURA, Yuniya. **Fashion-ology: An Introduction to fashion studies**. New York: Berg, 2005.
- KELLNER, Douglas. **Cultura da Mídia**. Bauru: EDUSC, 2001.
- LÉVI-STRAUSS, Claude. **Antropología Estructural**. Barcelona: Paidós, 1987.

- LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero: A moda e seu destino nas sociedades modernas**. Trad. Maria Lucia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.
- LURIE, Alison. **A Linguagem das Roupas**. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.
- MAFFESOLI, Michel. **O tempo das tribos: O declínio do individualismo nas sociedades de massa**. 3. Ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1987.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos Meios as Mediações**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2009.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. Ofício de cartógrafo: **Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura**. México: Fondo de Cultura Económica, 2002.
- MISKOLCI, R.; Pelúcio, L. **Fora do Sujeito e Fora do Lugar: Reflexões sobre performatividade a partir de uma etnografia entre travestis**. Niterói: Revista Gênero, 2007.
- MORIN, E. **O Método: A Natureza da Natureza**. Portugal: Publicação Europa-américa, 2004.
- NAHAS, Markus Vinicius. **Atividade física, saúde e qualidade de vida: Conceitos e sugestões para um estilo de vida ativo**. Londrina: Midiograf, 2001.
- NUNES, Monica Rebecca. **Memória, consumo e memes de afetos nas cenas cosplay e furry**. *Revista Contracampo*. Edição v.35 número 1 / 2016.
- OLIVEIRA, Laerte Fernandes. **Em um porão de São Paulo: O Lira Paulistana e a produção alternativa**. São Paulo: Anna Blume, 2002.
- OLIVEIRA, Luciana Xavier. **O Entrelugar da cena: Reflexões para a compreensão das cenas musicais enquanto espaços de experiências identitárias e processos de subjetivação**. Rio de Janeiro: VICONECO UERJ, 2013.
- PEREIRA, Claudia. **“Consumo de experiência” e “experiência de consumo”: Uma discussão conceitual**. São Paulo: ANAIS COMUNICON - PPGCOM ESPM, 2015.

- PEREIRA, Simone Luci. **Temos nosso próprio tempo: Memória, temporalidade, consumo e imaginários juvenis sobre a década de 1980.** In: ROCHA, Rose de Melo e PERES-NETO, Luiz (orgs.). **Memória, Comunicação e consumo: Vestígios e prospecções.** Porto Alegre: Sulina, 2015.
- PEREIRA, Simone Luci. **Corporalidades, afrolatinidades, identidades: Circuito de festas de música “alternativa” em São Paulo/Brasil.** Portugal: KISMIF, 2016.
- PEREIRA, Simone Luci; BORELLI, Silvia. **Música “Alternativa” na Vila Madalena: Práticas Musicais Juvenis na Cidade.** Revista Fronteiras – Estudos Midiáticos (UNISINOS), V. 17, N. 3, 2015.
- PERUZZO, Cicilia. **Aproximações entre comunicação popular e comunitária e a imprensa alternativa no Brasil na era do ciberespaço.** Trabalho apresentado no NP Comunicação para a Cidadania. XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – INTERCOM. Natal/RN: 2008.
- PETERSON, Richard. & KERN, Roger. **Changing highbrow taste: From snob to omnivore.** American Sociological Review. 61 (5). 900-907, 1996.
- POLHEMUS, Ted. **Streetstyle.** London: Thames e Hudson, 1994.
- RIBEIRO, Ana Clara; RIBEIRO, Ivete. T. **Família e Desafios na Sociedade Brasileira: Valores Como Um Ângulo de Análise.** Rio de Janeiro: Centro João XXIII, 1994.
- ROCHA, Rose Maria de Melo. (2012). **Juventudes, comunicação e consumo: 166 visibilidade social.** In: BARBOSA, Livia (org.), **Juventudes e gerações no Brasil contemporâneo.** Porto Alegre: Sulina, 2012.
- ROCHA, Rose de Melo. **É a partir de imagens que falamos de consumo: reflexões sobre fluxos visuais e comunicação midiática.** In: Comunicação e consumo nas culturas locais e global. CASTRO, Gisela G. S.; BACCEGA, Maria Aparecida. (Orgs.). São Paulo: ESPM, 2009. p. 268-293.
- ROCHA, Rose de Melo e CASAQUI, Vander. **Estéticas Midiáticas e Narrativas de Consumo.** Porto Alegre: Ed. Sulina, 2012.
- ROCHA, Rose de Melo e SILVA, Josimey Costa da. **Consumo, cenários comunicacionais e subjetividades juvenis.** São Paulo: Editora Trip, Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação - e-COMPÓS, 2007.

- ROCHA, Rose de Melo e PEREIRA, Simone Luci. **O que consomem os que não consomem? Ativistas, alternativos, engajados.** São Paulo: INTERCON, 2016.
- REGUILLO, Rossana. **Las culturas juveniles: Un campo de estudio; breve agenda para la discusión.** Guadalajara: RBE, 2003.
- RIBEIRO, Raquel Barbosa; ALVES, Sofia Branquinho; ALVES, Tânia Lima. **Tendências de consumo: (Re)Commerce e DIY.** Portugal: VIII Congresso Portugues de Sociologia, 2014.
- SÁ, Simone Pereira de. **Quem media a cultura do shuffle? Cibercultura, mídias e cenas musicais.** Rio de Janeiro: UNIrevista, Vol. 1, nº 3, 2006.
- SÁ, Simone Pereira de. **Rumos da cultura da música: Negócios, estéticas, linguagens e audibilidades.** Porto Alegre: Editora Sulina, 2010.
- SANT'ANNA, Mara Rúbia. **A Moda: O desafio de pensá-la além do produto.** Florianópolis: UDESC/CEART, 2003.
- SANTOS, Milton. **O Território e o Saber Local: Algumas categorias de análise.** Rio de Janeiro: Cadernos IPPUR, 1999.
- SALLAS, Ana Luisa. **Culturas Juvenis (Um Estudo Comparativo Brasil e México).** Paraná: Editoras UFP, 2013.
- SOARES Thiago; SOUTO, Juliana. **Estéticas da Experiência de Consumo no Lollapalooza 2015.** Rio de Janeiro: Intercom, 2015.
- VELHO, Gilberto. **Antropologia Urbana: Encontro de tradições e novas perspectivas.** Oeiras: Sociologia, Problemas e Práticas, 2009.
- VELHO, Gilberto. **Estilo de vida urbano e modernidade.** Rio de Janeiro: Estudos Históricos, 1995.
- MAGNANI, José Guilherme Canto. **De perto e de dentro: Notas para uma etnografia urbana.** Brasil: Revista ANPOCS, 2002.
- VLADI, Nadja Cardoso Gumesa. **A música faz o seu gênero: Uma análise sobre a importância das rotulações para a compreensão do indie rock como gênero.** Salvador: UNFB, 2011.
- WATSON, Matthew; SHOVE, Elizabeth. **Product, Competence, Project and Practice: DIY and the dynamics of craft consumption.** Journal of Consumer Culture, 2008.
- WILLIAMS, Raymond Raymond. **Marxismo e Literatura.** Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1979.

YOUTUBE. **24h com Jaloo:**
<https://www.youtube.com/watch?v=_C98U4L1MUQ>. Acesso em: 30 jan. 2017.

YOUTUBE. **Jaloo veio em casa!:**
<<https://www.youtube.com/watch?v=RpCFpjae-2Y&t=60s>>. Acesso em: 30 jan. 2017.

YOUTUBE. **Tem Chuva de Jaloo / Entrevista exclusiva AHEAD:**
<<https://www.youtube.com/watch?v=FWHPkiP3asl>>. Acesso em: 30 jan. 2017.