

Capítulo 3. ENCONTROS E DISPUTAS

A partir de meados de 1998 o aumento de público dos eventos e a diversificação de grupos, o formato e a dinâmica das festas variaram bastante. Transformações nas *raves* foram sentidas de diversas formas: os grupos de organizadores estavam animados pois, tal como muitos haviam previsto, a “cena” estava crescendo. Mas ao mesmo tempo em que o público de algumas *raves* aumentava exponencialmente elas nem sempre eram bem sucedidas na opinião de seus participantes. Alguns freqüentadores não sabiam o que pensar, outros diziam que as festas estavam perdendo a “*vibe*”. Esse crescimento, que se deveu principalmente à presença crescente dos jovens de classes mais baixas nos eventos, foi operado por estratégias específicas aplicadas pelos núcleos organizadores das festas.

“De duas mil para três mil, para cinco, seis, oito mil. Começa a era das mega raves. (...) O núcleo Fusion, porém, é quem vai mais longe. Anuncia a Tropic Eyes, uma megarave em Aldeia da Serra, com três pistas e diversas atrações, como o bungee-jump, e forte apelo de mídia, alegadamente esperando oito mil pessoas. E elas foram.” (Palomino, 1999: 139-40)

No ano de 1998, dois dos principais núcleos organizadores de eventos do momento, a Fusion e a Xxxperience pareciam competir para fazer a “maior *rave*” em termos de infra-estrutura e público.

O crescimento do público das *raves* não foi simplesmente um fenômeno de “natural crescimento de mercado”, tal como sugere a crença de que o que é popular (especialmente hábitos e gostos musicais de jovens) na Europa e EUA inevitavelmente – mas com um atraso já esperado - o será no Brasil¹. Esse crescimento foi resultado de estratégias específicas desenvolvidas por alguns dos organizadores de eventos, principalmente os núcleos citados. Outro dos importantes núcleos das festas da época, a Avonts, um dos primeiros a realizar *raves* em São Paulo, por não desenvolver as mesmas ações de mercado, manteve-se com a participação média de 1.000 pessoas durante todo esse período.

¹ Tal assunto envolve a atuação da indústria globalizada de música e o universo jovem da música pop. Sobre o processo de globalização e a distribuição de “movimentos culturais” à partir de centros políticos-econômicos ver Octavio Ianni (1996), Renato Ortiz (1996), entre outros.

Letícia Castro, na reportagem “Uma década de raves no Brasil”, reconhece algumas destas estratégias. Segue trecho da reportagem:

“A primeira megarave brasileira foi a Fusion de agosto de 98, que reuniu cerca de 8.000 pessoas. Era uma superprodução que teve apresentação de maracatu, sala de videogame, bungee jumping, três pistas e até chill out com banda de jazz. ‘Logo que eu cheguei na festa percebi que alguma coisa estava mudando, que a cena tinha crescido muito’, lembra a hoje promoter da Lov.e Eli Iwasa.

Foi a terceira edição da festa, que havia sido lançada em março do mesmo ano, com 1.800 pessoas. Em maio, 5.000 pessoas compareceram e em agosto o recorde foi batido. Para alcançar essa marca, o investimento também cresceu expressivamente: de R\$ 13 mil investidos na primeira Fusion, o núcleo desembolsou R\$ 110 mil na terceira.

Para levar tanta gente para a festa, foi necessário um intenso trabalho de divulgação. Durante um mês, quatro equipes rodaram a cidade distribuindo flyers em portas de faculdades. Além disso, uma assessoria de imprensa trabalhou para conquistar espaço nos jornais. ‘Era uma coisa nova, pouca gente conhecia. Isso acabou despertando a curiosidade da mídia também’, conta Daniel Martins, um dos organizadores da festa. Aí começa uma fase de maior profissionalismo e crescimento de público nas raves. Improvisações não eram mais permitidas. A partir desse momento, o soundsystem tinha que ser da melhor qualidade e a infra-estrutura impecável, e os banheiros químicos, equipe de segurança e ambulâncias tornaram-se elementos indispensáveis.” (Castro, Beatz nº 13, 2004: 25)

Não foi simplesmente o incremento de investimentos e de atrações que garantiram um público recorde para a Fusion de agosto de 1998, foi sim, o seu convite à “periferia”².

Alguns meses antes dessa *rave*, integrantes do núcleo³, analisando a “cena eletrônica” de São Paulo, haviam notado um mercado potencial para as *raves* nos bairros da zona leste da cidade. Se por um lado era a falta de gosto por música eletrônica que parecia limitar o mercado entre os amigos dos amigos daqueles já freqüentadores das *raves*; na zona leste haviam clubes (a Toco, a Showbizz, entre outras) que semanalmente ficavam lotadas de jovens que iam dançar música eletrônica maestrada por DJ’s. Havia, então, um enorme público que já ouvia e gostava de música eletrônica -

² A noção de “periferia” da cidade de São Paulo está associada à idéia de pessoas de classes mais baixas pois em geral comporta bairros - e cidades inclusive - com aluguéis mais baratos do que os do cinturão dos bairros mais próximos ao centro da cidade. O uso dessa expressão já se descolou dos índices sócio-econômicos e traduz o imaginário comum dos moradores da cidade. A “periferia” é uma categoria genericamente usada para tratar de áreas empobrecidas e é bastante relacional. Varia no tempo conforme se observa o enriquecimento e enobrecimento de bairros que, com isso, são excluídos do universo da “periferia”. Varia também, e talvez principalmente, dependendo de quem enuncia o discurso. Por exemplo, para alguns dos moradores de bairros ricos da cidade (Jardins, Higienópolis, Pinheiros, etc) os jovens moradores de Diadema são considerados de “periferia”, mas para o morador de Diadema a noção de “periferia” é usada para se referir aos moradores de Pirituba ou Itaquaquecetuba.

³ Do qual eu participava mas ainda não realizava pesquisa formal sobre o tema.

ainda que fosse de estilo diferente daquela tocada, até aquele momento, nas *raves* brasileiras -, e que parecia não saber da realização das festas *raves*.

A fim de “convidá-los” para a festa, os organizadores da Fusion, montaram uma pista específica para *drum’n’bass* – gênero de música eletrônica que já era ouvido e dançado nos clubes citados - e contrataram alguns dos bons e experientes DJ’s desses clubes para a *rave*. Também realizaram um trabalho de divulgação específica para esse público, através da distribuição de *flyers* na porta dos clubes.

De fato apareceram rostos novos nessa festa e o número absoluto de presentes aumentou, mas não na proporção esperada pela organização. Os organizadores notaram, então, outras variáveis que restringiam a presença dos jovens de camadas sócio-econômicas mais baixas: o preço dos eventos e o transporte até o local da festa. Na edição seguinte da *rave* Fusion, além de tenda para *drum’n’bass* e divulgação na Zona Leste da cidade, foram disponibilizados ingressos com preços menores para compra antecipada e serviço de transporte coletivo para a festa. Então, como esperado pelo núcleo, o número dos participantes aumentou substancialmente.

O que é identificado como uma nova etapa da prática das *raves*, marcada pelo acontecimento de uma festa que reuniu um público antes não visto, foi o aparecimento na “cena *rave*” de um “novo personagem”: o “cybermano”. “Cybermano” é a denominação que os jovens de classe média e média alta usam para se referir aos jovens *clubbers* de classes sócio-econômicas mais baixas.

3.1. Cybermano

Palomino publica, em seu livro *Babado Forte: moda, música e noite na virada do século 21* (1999), a seguinte definição dos “cybermanos”:

“Eles são jovens, barulhentos, andam em bandos. São negros ou mulatos-claros, têm o cabelo tingido ou em mechas coloridas”

O texto continua:

“De início, chamados pejorativamente de clubbers-favela pelo povo do Hell’s, onde o apelido (superincorreto) surgiu num momento de popularização do clube e da consequente invasão por parte desses meninos. Com o preconceito em cima, as pessoas preferem tratá-los com indiferença.

Legitimados sob o gosto pelo techno (a partir dos grupos Prodigy e Chemical Brothers), pasteurizados pelas mesmas grifes clubbers usadas pelos tops e hypes da cena, os garotos sentem-se cada vez mais à vontade para entrar, pagar e se jogar. Mas sem agressividade, pressão ou drama: eles apenas vêm, e se divertem.

No começo, as pessoas não sabem sequer como se referir a eles (clubbers de periferia, clubbers-flanelinha ou o igualmente pejorativo ‘trufa’, gíria da noite para negro ou mulato). Cybermano aparece então como uma termonologia até mais carinhosa.” (Palomino, 1999: 244)

Ainda que a jornalista se esforce para ser “politicamente correta”, sua elaboração sobre os cybermanos é exemplar para apontar a manipulação de preconceitos sócio-econômicos (de classe social) e raciais no jogo de poder que enreda as identificações sócio-culturais. Sobre a definição dada por Palomino, vale notar que quem anda em “bando” é animal, e quem é “barulhento” incomoda. Também não é a cor da pele que, no final, define os cybermanos, pois existem muitas pessoas de pele branca assim identificadas, e outras tantas de pele negra ou mulata, freqüentadoras de eventos paulistanos de música eletrônica, que não são chamadas de cybermanos⁴.

A denominação dos jovens freqüentadores de eventos de música eletrônica das classe mais baixa sob o título de cybermanos mostra-se como uma situação social que possibilita-nos observar um processo concreto de construção de identidades sociais em São Paulo⁵.

Foucault (1995) aponta os *efeitos de poder da palavra* ao investigar diferentes modos pelos quais os seres humanos tornam-se sujeitos. Sua acepção, de que o sujeito se constrói e é construído através de práticas discursivas, é corroborada por Manuela Carneiro da Cunha (1986), Stuart Hall (1998, 2000), Donna Haraway (2000), Judith Butler (2000).

⁴ Folheando os álbuns de fotografias de pessoas de classe média alta que iam a *raves* me deparei, certa vez, com a foto de um jovem mulato - cor de pele parda -, vestido jeans e camiseta preta com dizeres fluorescentes - uma estética que é normalmente associada aos cybermanos. Perguntei, então, se seria aquele um bom exemplo de “cybermano”, mas a pessoa prontamente respondeu que não, pois ele tinha “um puta apartamento na Alameda Lorena”.

⁵ Manuela Carneiro da Cunha (1986) advoga que a construção de identidades são melhor entendida se vista em situação, pois dessa forma pode-se considerar o jogo político ao qual se referem.

Manuela Carneiro da Cunha (1986) preocupou-se especialmente em apontar o caráter manipulativo das identidades. Ressaltou a idéia de que os agrupamentos identitários são formas de organização política para resistência e conquista de espaço. Essa perspectiva acarreta que a etnicidade não difere, do ponto de vista organizatório, de outras formas de definição de grupos, tais como grupos religiosos ou de parentesco, só difere na retórica usada para demarcar o grupo. São criados situacionalmente através da eleição de traços diacríticos que marcam contrastes em relação a outros grupos da sociedade em que se acham inseridos. A antropóloga afirma que “a etnicidade é algo que não se põe, apenas se contrapõe” (1986: 107).

Stuart Hall (2000) também interessado pelo processo da constituição de identidades sociais e a formação de sujeitos coletivos, sugeriu o conceito de *identificação* a fim de apreender o constante processo de articulação discursiva que procura produzir a marcação de fronteiras simbólicas – ou *efeitos de fronteira*. Esse seria um processo nunca completado, um movimento permanente de aproximação incompleta com posições de sujeitos sugeridas pelas práticas discursivas. Encontrando-se com Haraway (2000), o autor considera a natureza fragmentada e fraturada das identidades. Segundo Stuart Hall, as identidades não seriam nunca singulares ou unificadas, “mas multiplamente construídas ao longo de discursos, práticas e posições que podem se cruzar ou ser antagônicos” (2000:108). Stuart Hall lembra que embora tenha suas condições determinadas de existência - o que inclui os recursos materiais e simbólicos exigidos para sustentá-la - a identificação é condicional, está alojada na contingência e é recurso para agenciamento político.

No caso presente, o agenciamento político é daquele que nomeia, que se cria como não-cybermano. Esse caso revela um ato de nomeação que produz uma exclusão e a construção consciente de um espaço. Sua capacidade de ação não tem como base qualquer identificação supostamente natural, mesmo que use a cor da pele como traço diacrítico: sua base é a coalizão consciente, a afinidade, o parentesco político (Haraway, 2000:54).

O ato de nomeação dos cybermanos diz mais sobre quem nomeia do que sobre quem é nomeado pois revela a construção de uma relação com aquilo que “não é”, ou, “não deseja ser”. E vale notar que a relação que se está construindo é de hierarquização, através do deboche, pois a conotação que a denominação cybermano assume no discurso da mídia e dos jovens de classe média

alta e alta é pejorativa⁶. As unidades que as identidades proclamam são construídas no interior do jogo do poder e da exclusão. Cito, mais uma vez, Stuart Hall:

“As identidades podem funcionar, ao longo de toda sua história, como pontos de identificação e apego apenas por causa de sua capacidade para excluir, para deixar de fora, para transformar o diferente em ‘exterior’, em abjeto.” (2000:110)

Quando aqueles identificados como cybermanos começaram a freqüentar as *raves* paulistanas, à partir de 1998, os já experientes *ravers* brasileiros disseram, nostalgicamente, que a *vibe* tinha acabado. E mesmo sem fazerem uma correlação direta, quando diziam que a festa não tinha sido tão boa era porque tinha “muita gente feia”. “Gente feia” era cybermano. A proposta *raver* de “uma única tribo, de todas as cores, de todas raças, dançando num só coração” - frase recorrente nos *flyers* que convidam para as *raves*, vide Galeria de *Flyers* anexa - não mostrou-se suficiente para superar recortes e preconceitos sociais.

Nas *raves* que passaram a contar com a presença significativa dos cybermanos, a *vibe* já não coincidia com o amanhecer do dia, e os limites dos grupos de amigos não se dissolviam completamente. Em alguns eventos era possível até notar que havia semelhança entre grupos diferentes que se associavam em certos locais ou tendas musicais, criando como que territórios diferentes numa mesma festa⁷.

Nessas *raves* as rodas de amigos mantinham-se delimitadas até quando, geralmente no meio da tarde, a maioria dos cybermanos havia deixado o local⁸. Sua saída se dava criando uma imagem nova: formando como uma fila de grupos de jovens com piercings, penteados mirabolantes e

⁶ Os comentários sobre os cybermanos transitam em caracterizá-los, ainda que veladamente, como ‘ridículos’ e/ou ‘coitados’; em ambos os casos eles são considerados incômodos.

⁷ Episódio interessante aconteceu quando levei alguns de meus amigos estudantes de ciências sociais para conhecer uma *rave* pela primeira vez. Fomos a uma *mega rave*, no ano de 2001, que contou com a presença de mais de dez mil pessoas. André, um desses meus amigos, andava explorando os espaços sem nenhum vínculo muito preciso quando, num dado momento, teve a sensação de ter entrado num “lugar errado”. Quando passeava pela tenda de *drum’n’bass* notou olhares de reprovação daqueles que permaneciam agrupados no espaço, muitos inclusive pararam de dançar na sua presença. Seu fenótipo loiro, de olhos claros, era uma das diferenças entre ele e os que o cercavam: suas roupas, cabelos, modos de agir eram tão diferentes que sentiu-se como um “estrangeiro” entre eles. A reprovação daqueles que os cercavam funcionou como a expressão de uma expulsão, tanto que os presentes apenas voltaram a dançar quando André saiu da área.

⁸ Observação realizada pela pesquisadora ainda em sua posição de *raver*, mas que mostrou-se tão instigante na época que motivou a apresentação do projeto dessa pesquisa ao Departamento de Antropologia da FFLCH.

acessórios fluorescentes caminhando pelas estradas de terras que davam acesso à festa - pois frequentemente esses trajetos não contam com transporte público nas manhãs de domingo. Alguns, pelo caminho, pediam carona àqueles que voltavam para a cidade de carro, mas geralmente os automóveis já estavam lotados.

Aqueles que iam ficando na *rave*, por esse motivo criavam maior identificação e quando o grupo reduzia-se – para um número menor do que quinhentos participantes aproximadamente – então, a partir de então, os círculos de amigos rompiam seus limites e incorporavam os demais. Apenas no momento quando algumas diferenças entre os grupos presentes deixavam de ser consideradas tão distoantes que se observava a mesma dinâmica das primeiras *raves*. Essa dinâmica já não coincidia com o movimento do amanhecer do dia, mas atendia a um movimento de seleção de grupos sociais.

As *raves* que passaram a reunir também grupos de cybermanos, geralmente as *mega raves*, impulsionaram o desmantelamento do modelo anterior e a multiplicação de outros formatos de festas *raves* no Brasil. Como uma movimentação paralela às *mega raves*, surgem, quase que imediatamente, as *private raves*. Essas são as festas concebidas para um número pequeno, restrito e selecionado de participantes, por volta de trezentas pessoas. Sua realização se dá através de uma política do segredo, que apenas anuncia a realização e o local da *rave* para o círculo de amigos no boca-a-boca e/ou em canais de comunicação restritos, tal como listas de discussão da internet.

“Mais espertos que os clubbers, os realizadores das *raves* imediatamente percebem que, se não fizerem alguma coisa, vão perder tudo pelo meio dos dedos. Assim, entram em cena (1998 e 1999) as chamadas ‘privates’, que reúnem de 200 a 300 pessoas. Elas rolam sem flyer e sem fins lucrativos; sem divulgação, apenas no boca-a-boca, com os DJs de cada núcleo em diferentes lugares - às vezes até mesmo nos sítios deles. Assim, conseguem preservar o ‘vibe’, a energia e a emoção originais do circuito.” (Palomino, 1999: 140)

O movimento de segregação na prática das *raves* - que se operou a partir da identificação dos cybermanos - desencadeou outras formas de distinção que se articularam especialmente pela preferência por gêneros diferentes de música eletrônica: o *techno* e o *trance*. A fim de compreendermos esse sistema de classificações nas *raves* devemos antes considerar um universo mais amplo: aquele chamado de “cena eletrônica”, pois esse jogo de identificações e diferenciações não é exclusivo das *raves*, mas orienta escolhas, encontros e disputas por toda a cidade.

Também a partir de 1998 o que é vulgarmente chamado de “cena eletrônica” cresceu em diversas direções: a mídia passa a dedicar cada vez mais espaço para assuntos ligados à música eletrônica⁹, *clubs* que tocavam exclusivamente gêneros de música eletrônica (por exemplo: Lov.e e Manga Rosa) multiplicam-se pela cidade e lotam suas casas regularmente, a estética *clubber* difunde-se (a oferta de roupas confortáveis, com cortes simples e práticos, cores fluorescentes e tecidos tecnológicos aumentou, o uso de *piercings* popularizou-se), as festas *raves* são cada vez mais frequentes (até se tornaram semanais a partir do ano 2000), também outros eventos de música eletrônica tornaram-se regulares do calendário anual da cidade (como o Skoll Beats e o Hype promovido pelo SESC Pompéia), diversos DJ’s estrangeiros são trazidos para os eventos paulistanos, e também cresce expressivamente o contingente de DJ’s brasileiros, das agências de DJ’s, dos grupos produtores de eventos, dos sites especializados.

Patrícia¹⁰, por exemplo, 24 anos, vendedora de roupas de uma loja na Galeria Ouro Fino, frequentadora de *raves* desde 1999, numa entrevista de agosto de 2004 revela algumas das motivações para seus caminhos na cidade:

“A Parada da Paz virou uma coisa só de cybermano por isso que eu nem vou. Também nem pensei em aparecer na AME¹¹. Tem aquele pessoal que fica em cima dos carros, e os cybers que ficam fora... Ah, não, não dá. E... vai pra lá, vai pra sê roubado mesmo. Eu não vou nem no Skol Beats mais.”

C: ‘Eles’ roubam?

“Eles roubam, eles roubam. No Skol Beats eles tavam andando com um saco e catando óculos... de todo mundo que eles viam na cabeça, eles pegavam os óculos e jogavam no saco.”

C: Eu não ouvi falar sobre isso...

“Isso foi no segundo Skol Beats. Só fui no primeiro e no segundo.”

⁹ Não foram todos, nem qualquer um, dos veículos da mídia que atuaram neste processo. O jornal Folha de São Paulo e a rádio Energia, 97 FM, foram os canais privilegiados, e que dedicaram maior espaço, para o universo da cena eletrônica brasileira.

¹⁰ Nome fictício.

¹¹ AME é abreviação para Amigos da Música Eletrônica, uma associação sem fins lucrativos a fim de assegurar espaço na cena eletrônica que não pelos canais disponíveis. Por exemplo promoveram uma parada, em 2003, na região do Parque Ibirapuera nos mesmos formatos da Parada da Paz pois alguns de seus responsáveis acreditam que a Parada da Paz havia sido monopolizada por um certo grupo e por isso deixou de ser espaço legítimo “de todos”.

III. Parada da Paz de 2002





Ainda que o discurso de Patrícia associe os cybermanos à agressão e ao roubo, não é só o medo da “potencialidade criminosa da pobreza”¹² o que afasta Patrícia dos eventos frequentados pelos *clubbers* da “periferia”, é também um repúdio estético¹³. O discurso de Patrícia é um bom exemplo de como a pobreza aparece traduzida como feia, suja e/ou malvada. Patrícia diz que apenas frequenta festas *raves* de *trance* pois seria um universo diferente onde:

“você não vai se assustar [com a presença do cyber] ! (...) É horrível você se deparar com uma pessoa que está de lente branca, com a cabeça toda cheia de pasta de dente. Não...dá medo! Tanto que eu parei de ir na Mega Avonts, porque a primeira vez que eu fui tinha uma noiva toda suja, com o cabelo todo cheio de pasta de dente. Eu disse não... quê que é isso!? Isso não existe!”

Se em 2004 Patrícia ainda nomeava o público da Parada da Paz como cybermanos, muitos outros entrevistados já diziam que “eles” haviam “sumido” e não sabiam explicar a razão. Na verdade observa-se que a denominação de cybermano foi perdendo historicamente seu uso e significado, não mostrou-se pertinente em muitos outros contextos fora aquele no qual foi criado.

Camilo Rocha, entrevistado em outubro de 2004, notou que:

“A idéia de cybermano praticamente morreu. Você não vê mais ninguém vestido daquele jeito espalhafatoso. Cybermano seria *clubber* de periferia, mas acabou virando ‘aquele que é mais espalhafatoso’. Hoje em dia tem muitos *clubbers* da periferia só que talvez não se vistam tão... mais daquele jeito.”

C: Será que algum deles já se chamou de cybermano?

“Eles se chamam de mano. Antes tinha outro nome que era *clubber* favela..., mas aí quem inventou este termo na verdade era um outro recorte, era o povo da noite mais ligado à cena gay. (...) Eram os *clubbers* de periferia que iam lá no Hell’s, iam no Mundo Mix, que iam na Sound Factory, um lugar de periferia que ia mais essa galera.”

Didi, 24 anos, frequentador dos lugares e eventos citados por Camilo Rocha, quando indagado sobre quais seriam as características dos cybermanos imediatamente reconhece o contexto

¹² Sobre associações simbólicas da pobreza com a criminalidade vide Alba Zaluar (1985), Teresa Caldeira (2000), entre outros.

¹³ Mauss (1967), atento à importância dos fenômenos estéticos para a compreensão da atividade humana social, sugere que é preciso analisar as sensações do informante quanto a beleza de cada objeto cultural já que a noção de belo é bastante relacional e diferente para diferentes classes sociais. Nesse mesmo sentido Bourdieu (1983) define que cada classe cultiva um *gosto* peculiar.

do uso da nomeação, sua carga preconceituosa e seu desuso. Quando, em junho de 2005, perguntei a Didi se ele já havia chamado alguém de cybermano, sua resposta foi pontual:

“Não, mesmo porque na minha época cybermano era meio pejorativo. Na minha época clubber [meados da década de 90] , só tinha clubber e chamava cybermano aquele pessoal que estava entrando, tava começando, não conhecia muito a ideologia clubber, daí era chamado de cybermano.” (Didi, entrevista de junho de 2005)

Lui, mais novo - 21 anos de idade e *clubber* há cinco -, presente na mesma situação da entrevista, ficou mais desconcertado com a pergunta, confessou não conhecer a expressão; mas como que arriscando pensou logo naqueles adeptos do *drum'n'bass*, os “mais maloqueiros” e revelou outros recortes que se fazem presentes: a diferença entre o pessoal do *techno* e o pessoal do *drum'n'bass* , esses últimos “mais ligados à prática do skate”.

Liu: “O público que ouve *drum'n'bass* eles se vestem de um jeito, o pessoal do *techno* de outro, o pessoal de *trance* usa muitas cores fluorescentes.”

C: E o pessoal de *techno* é diferente do de *drum'n'bass*?

Didi: “Bem diferente.”

C: Qual a diferença?

Liu: “Em tudo: na atitude, no vestir, no conversar com eles você vê que é diferente.”

C: O que o pessoal do *techno* faz que o de *drum'n'bass* é diferente?

Didi: “O jeito de dançar é bem diferente.”

Liu: “No *drum'n'bass* eles dançam na roda, eles abrem uma roda e fica dançando. No *techno* é mais parado, viajando no som, é totalmente diferente.”

C: E a roupa, é diferente no quê?

Liu: “O pessoal de *techno* é uma roupa mais básica, roupa normal; *drum'n'bass* põe umas correntes, umas coisas diferentes... O pessoal de *trance* é que usa fluorescente, bem colorido.”

As tantas nomeações usadas na universo das *raves* (*cybermanos*, *freaks*, *clubbers*, *ravers*, *tranceiros*, *tecneros*, *mauricinhos eletrônicos*, etc.) servem apenas como indicativo de que há uma totalidade que é vivamente experimentada tanto como fronteira como código de pertencimento - ou exclusão - pelos integrantes do grupo, porém, vistas de mais perto, essas nomeações, bastante

situacionais, desfazem-se e revelam a fragilidade da constituição de identidades sociais¹⁴. John Comaroff (1993), refletindo sobre as etnias na URSS, reconhece que embora as identidades possam ser experimentadas como objetivas ou reais “se dissolvem diante dos olhos quando mais perto chegamos, e quanto mais tentamos precisá-las, é tentador concluir que a ‘etnia’ está na visão de quem olha, que ela é toda ‘situacional’, uma questão de tempo e contexto, oscilante, passageira, ilusória”.

Mesmo a noção de “periferia” é relacional, dependendo de quem fala delimita um conjunto diferente de pessoas, sempre refere-se àqueles “mais pobres” do que quem está falando, mas o parâmetro de pobreza não é simplesmente econômico, delinea toda uma diferença de *background* sócio-econômico-cultural que se expressa em gestuais, *gostos* estéticos, linguagem falada (notadamente em gírias particulares, como a de “mano”).

3.2. Cena Eletrônica

“Cena eletrônica” é categoria comum usada por grupos de jovens, *ravers*, *clubbers*, jornalistas e comentaristas para tratar de um certo universo ligado à música eletrônica. A noção de “cena” traduz uma idéia de visibilidade: aquele que “está em cena” está no centro das atenções, ou pelo menos, tem público espectador.

Quando se diz que “a cena eletrônica cresceu” – expressão bastante comum entre *clubbers* -, diz-se, assim, que personalidades, discursos e práticas do universo ligado à música eletrônica ganharam espaço político e também visibilidade. Jornalistas, DJ’s, organizadores de *raves*, agenciadores de DJ’s, promotores de bares e *night clubs* freqüentemente comentam que “trabalham para fazer a cena crescer”. Eles são protagonistas que, por interesses financeiros, de prestígio ou ideológicos, atuam num processo de contínuo delineamento das fronteiras deste universo: ora procurando ampliá-las ao agregar maior número e diversidade de participantes, ora resguardando limites e propostas ideológicas a fim de garantir sua peculiaridade.

¹⁴ A propósito ver Judith Butler (2000). A autora considera a construção do sujeito como um processo temporal que atua através de reiteração de normas e que, neste movimento, fossos e fissuras mostram-se como instabilidades dessas construções como aquilo que escapa ou excede a norma, como aquilo que não pode ser totalmente definido pelo trabalho repetitivo daquela norma. Vide também Stuart Hall (2000), que, numa perspectiva semelhante, define as identidades como o resultado de uma bem-sucedida articulação ou ‘fixação’ do sujeito ao fluxo do discurso.

Helena Abramo, em *Cenas Juvenis* (1994), aproveita a noção de “cena” para enfatizar o pressuposto sociológico que orienta sua dissertação: de que os grupos que analisa, os *darks* e os *punks* na década de 80, “ se estruturam como forma de manifestação de questões juvenis, por meio de uma atuação cujo eixo é a elaboração de um estilo que procura expor-se como espetáculo no espaço público” (Abramo, 1994: 86).

Espetacular quer dizer justamente aquilo que chama a atenção, que atrai e prende o olhar, mas guarda também o sentido de exagero. A idéia do espetacular permite ressaltar o que para Abramo constitui o núcleo central dos fenômenos juvenis: a idéia de uma encenação, como atuação para levantar problematizações e provocar reações.

“Os estilos das tribos juvenis contemporâneas – as roupas, a música, as atitudes assumidas nas atividades de diversão – é usado para realizar uma exposição pública do grupo. (...) Por isso o estilo é tão sobrecarregado, tão evidentemente construído e, por isso, tão chocante: é uma imagem montada para impactar, para atrair a atenção e desafiar a leitura e a decifração. É também por essa razão que o estilo parece uma *fantasia*, pois não é usado para expressar ‘naturalmente’ um modo de vida, mas sim para fazer uma aparição cênica, na qual uma mensagem está sendo veiculada.” (Abramo, 1994:148)

A elaboração de Abramo parte da conceitualização de *estilo* ao modo sugerido pelos trabalhos do Centre for Contemporary Cultural Studies (CCES) da Universidade de Birmingham nos anos 70¹⁵. O *estilo* trata da criação consciente de um conjunto de traços distintivos, através da eleição intencional de certos elementos providos pelo mercado e a indústria cultural, e um princípio de ordenação que inverte seus usos ou sugere um arranjo inusitado que lhes imprime novos significados.

A construção de um *estilo* é vista como um processo que busca construir uma identidade positiva, que dá significado a sua situação específica, em contraposição a outros grupos sociais. Nesse sentido também se trata de uma forma de organização política, ou filiação política à partir da qual os jovens articulam e expressam novos sentidos e valores culturais, podem conquistar espaços efetivos para eles, tal como tempo e lugares de diversão, de circulação e manifestação.

¹⁵ Vide HALL, Stuart & JEFFERSON, Tony (orgs.). 1976. *Resistance Through Rituals: Youth Subcultures in Post-War Britain*. London: Hutchinson.

O Centre for Contemporary Cultural Studies desenvolveu importantes estudos que problematizam a noção de uma *cultura juvenil* genérica (Block & Niederhoffer, 1963; Eisenstadt, 1976; Airés, 1981; entre outros) e consideraram que os grupos de jovens se organizam referidos a uma determinada *cultura de classe*. Essa perspectiva considera que os grupos lidam tanto com uma problemática que é comum ao conjunto da classe, como, ao mesmo tempo, com problemas que lhe são dados pela sua posição etária e geracional, por isso são interpretados como *subculturas juvenis* referidas à cultura de classe da qual os grupos são originários.

Mas nem a noção de *tribo* - vide citação de Abramo acima -, nem a noção de *subcultura*, que são os termos articulados pela maioria dos estudos que tratam da temática da juventude, parecem dar conta da categoria de “cena eletrônica” tal como usada por seus protagonistas.

Ora, o que é chamado vulgarmente de “cena eletrônica” refere-se a um universo semântico de discursos musicais, comportamentais, estéticos e ideológicos associados à música eletrônica. A “cena eletrônica” é como um campo imaginado, um espaço de atuação criado pela sua diferenciação em relação a outros espaços da mesma natureza, tal como a “cena punk hardcore” (em ambos os casos “cena” é categoria nativa).

A música é, nesses casos, referência central para universos que se distinguem e se complementam, já que só existem quando em contraste. É um sinal diacrítico, de mesma natureza, eleito para indivíduos e grupos se oporem e garantirem distinção. Manuela Carneiro da Cunha considera que nos estudos das identidades sociais “a questão de saber quais traços diacríticos serão realçados para marcarem distinções depende das categorias comparáveis disponíveis em sociedade mais ampla, com as quais poderão se contrapor e organizar em sistema” (Cunha, 1986: 102).

As “cenas musicais urbanas” (“cena eletrônica”, “cena hard rock”, “cena hip hop”) não servem como limites de “tribos urbanas” pois esta última acepção evoca a imagem de agrupamentos bem acabados, com distinções e vínculos claros¹⁶. As “cenas”, numa outra perspectiva, definem fronteiras de universos simbólicos por onde atuam, atravessam, visitam os sujeitos, sem

¹⁶ A propósito Magnani (1992) discutiu os usos da expressão “tribos urbanas” procurando distinguir suas diferentes conotações e os limites de seu emprego como categoria analítica.

necessariamente criarem vínculos permanentes. Estas “cenas” seriam como conjuntos de discursos (estéticos, ideológicos, comportamentais) que servem como referências para a criação de identidades, especialmente entre jovens e adolescentes urbanos.

Encontrei algumas pessoas que diziam “pertencer” à “cena eletrônica”, elas são as figuras que “trabalham” para o sustento da existência desse sistema e operam uma identificação plena, ainda que situacional, com seus preceitos; tal como o DJ e jornalista Camilo Rocha entre outros tantos DJ’s, jornalistas, organizadores de *raves*, proprietários de *clubs*, etc. Mas num número muito maior outros tantos sujeitos participam da “cena eletrônica” sem vínculo permanente, pode-se mesmo dizer que eles transitam pela “cena”, ou pelas “cenas”. O trânsito é possível por causa de seu (re)conhecimento sobre os temas, códigos, espaços, valores e regras que são articulados em cada universo e suas diferenças. São sujeitos, por exemplo, que podemos chamar de *ravers* se com alguma frequência participam das *raves*, mas são sujeitos que não são só *ravers*, muitos são também surfistas, universitários, *punks*, *gays*, roqueiros, *clubbers*, etc.

A noção de “cena eletrônica” aproxima-se da idéia de uma *cultura* ou *subcultura* apenas enquanto um universo ou sistema simbólico específico, ainda assim acredito que esses termos mostram-se inadequados pois não dão conta do fenômeno. *Cultura*, demais, é uma categoria bastante cara à Antropologia para que seu uso seja generalizado para toda e qualquer forma de agrupamento humano¹⁷.

No início da década de 70, Eunice Durham (2004) já havia apontado questões metodológicas envolvidas na aplicação do conceito de *cultura* ao estudo da nossa própria sociedade. Nota como mesmo trabalhos de sociólogos e cientistas políticos por vezes operam uma redução inicial do conceito a seu conteúdo normativo e atribuem, subseqüentemente, uma autonomia excessiva aos componentes culturais da vida social. Incorrendo nesse reducionismo, *cultura* é tratada como uma “variável”, ou ainda, como uma entidade independente que aparece por vezes como um *produto* e nessa perspectiva se abandona a explicação do modo pelo qual é *produzida*.

¹⁷ Categoria essa que tanto funda a Antropologia, quanto é motivo de constante discussão. Sobre um levantamento sucinto da discussão vide: KUPER, Adam. 2002. *Cultura: a visão dos antropólogos*. São Paulo: EDUSC.

Se a noção de *subcultura* foi empreendida por antropólogos no estudo de comunidades, especialmente as camponesas ou de minorias étnicas, segregadas em guetos - dada a relativa autonomia desses modos de vida, a coerência interna entre padrões de ação e de representação elaborados simultaneamente pelos agrupamentos sociais na sua prática cotidiana -, a dinâmica da cultura da sociedade moderna, marcada pela atuação de uma “indústria cultural globalizada”, requer cuidados para o uso do conceito.

A noção de *subcultura*, à medida que cria rótulos para os agrupamentos que são identificáveis empiricamente, freqüentemente deixa de apreender a dinâmica cultural de construção e reconstrução constante das especificidades que procura identificar. Traduz as diferenças culturais como simples expressão de particularidades de modos de vida, ignorando, assim, as atuações dos sujeitos em orientar e significar suas ações através da manipulação simbólica. Demarcando subculturas corremos o risco de assumir uma perspectiva puramente “tipológica”, como se a história se desenvolvesse em termos de signos, símbolos e emblemas, figuras e figurações, valores e ideais, alheios às relações, processos e estruturas de dominação e apropriação.

Sugerindo uma alternativa aos enfoques de “tribos urbanas” e “sub-culturas juvenis” esta pesquisa caminha pelo traçado do trabalho conjunto de pesquisadores do Núcleo de Antropologia Urbana da USP¹⁸, e debruça-se sobre a sociabilidade, as permanências e regularidades da dinâmica social na metrópole. Como alternativa, nesse estudo focamos a prática dos sujeitos e não qualquer nomeação de personagens. As nomeações possíveis (cybermanos, clubbers, tranceiros, *gay*, etc.) não são assumidas como identidades sociais, mas sim como articulações políticas entre grupos que atendem a uma dinâmica de identificações e diferenciações constante e em diversas direções.

A perspectiva focada nas práticas sociais que proponho articula duas noções: a que trata da demarcação de espaços de interação, identificada como o(s) *circuito(s)*; e outra que se refere à identificação da esfera de ação política, traduzida pela noção nativa de “cena (s)”.

¹⁸ Vide *Na Metrópole: textos antropologia urbana*. Magnani e Torres (orgs). São Paulo: Ed. da USP / FAPESP, 2000. Diversos pesquisadores do NAU que estudam eventos e grupos associados ao universo juvenil realizaram reuniões regulares para discutir questões teóricas e metodológicas durante os anos de 2002, 2003 e 2004. Fruto desse trabalho está prevista a publicação de uma coletânea intitulada *Jovens na Metrópole* organizada por José Guilherme C. Magnani e Bruna Mantese.

A construção da “cena eletrônica” realiza-se pelas práticas de um certo *circuito* de música eletrônica. O *circuito* é a totalidade do conjunto de espaços geográficos (como *nigth clubs*), de espaços virtuais (*sites, chats* na internet) e eventos (como as festas *raves*, ou um algum esporádico festival de cinema) associados ao universo da música eletrônica, onde se dá a interação entre grupos e sujeitos.

Magnani (1999a, 2002) propôs *circuito* como “categoria que descreve o exercício de uma prática, equipamentos e espaços que não mantém entre si uma relação de contigüidade espacial, sendo reconhecido em seu conjunto pelos usuários habituais”. Designa um uso do espaço e de equipamentos urbanos, possibilitando o exercício da sociabilidade por meio de encontros, comunicação, manejo de códigos, sem ater-se à contigüidade.

O *circuito* da música eletrônica está especialmente relacionado com a vida noturna da cidade já que o espaço por excelência da música eletrônica é o *night club*. Marinês Calil (2000), quando traçou “O retrato do Nation Club”, já havia apontado que o *club* é um espaço de sociabilidade intensa, que sugere vivências bem específicas, e não é aleatoriamente escolhido, mas atende e cria uma série de afinidades. A convivência em *clubs* cria nexos para agrupamentos, cria “grupos de amigos”. A vivência, a prática das interações entre os indivíduos contoe *gostos* bastante específicos, constroe e consolida o *gosto* pela música eletrônica (Bourdieu, 1983).

Mas nem todos apropriam-se dos espaços do *circuito* da mesma forma, indivíduos e grupos diferentes realizam *trajetos*¹⁹ diferentes no mesmo *circuito* da música eletrônica. Mesmo participando do mesmo *circuito* da música eletrônica, grupos de classe média alta e alta que organizavam e participavam das primeiras *raves* paulistanas, em meados dos anos 90, não encontravam os jovens que freqüentavam os clubes de música eletrônica localizados em bairros da zona leste da cidade, pois agrupamentos diferentes criam *trajetos* próprios.

É certo que as condições materiais de existência dos indivíduos, se não são determinantes, são sim bastante sugestivas, e concretamente limitadoras para as classes mais baixas, sobre os espaços e formas de interação na metrópole. Mas em vez de nos restringirmos a considerar as

¹⁹ O conceito de *trajeto* refere-se ao movimento realizado por um usuário ou grupo que transforma as possibilidades oferecidas pelo *circuito* em uso (Magnani, 1999).

limitações econômicas de certas classes, tem sido muito mais produtivo para a Antropologia Urbana anotar a criação de estratégias que viabilizam certos estilos de vida, ou ainda, a criatividade de grupos sociais em suas apropriações, atuações e significações dos espaços urbanos dadas as condições sócio-econômicas genéricas de cada grupo²⁰. Antropologia Urbana é assumida, aqui, como o campo do “estudo de grupos sociais e suas práticas quando propriamente inscritos na trama da cidade, isto é, articulados *na* e *com* a paisagem, equipamentos ou instituições urbanas, considerados não como mero cenário mas como parte constitutiva dessas práticas”. (Magnani, 2002: 21)

Reconhecendo que:

“As diferentes posições no espaço social correspondem estilos de vida, sistemas de desvios diferenciais que são a retradução simbólica de diferenças objetivamente inscritas nas condições de existência”. (Bourdieu, 1983:86)

Interessa-nos, ainda, observar, anotar e compreender como os agrupamentos distintos se apropriam dos espaços da cidade para se relacionar, quais relações são construídas, seus pactos de lealdade, identidade, suas disputas, em quais situações. Como os agrupamentos ocupam e significam espaços na metrópole utilizando-os como territórios; como criam redes de comunicação e fluxo com outras localidades que extrapolam os limites da cidade, mas se articulam com as práticas urbanas, tal como no caso das festas *raves*. Mesmo porque os trajetos de grupos distintos pelo *circuito* da música eletrônica não se dão apenas por recortes econômicos, mas atendem a outras categorias, e em algumas ocasiões reúne pessoas e grupos de classes diferentes²¹.

²⁰ Vide por exemplo Alexandre Pereira, “De rolê pela cidade: os pichadores em São Paulo”, e também Bruna Mantese, “O movimento *straight edge* em São Paulo: um jogo de identidades na metrópole”, ambas dissertações de mestrado em andamento no PPGAS da USP.

²¹ Uso, muitas vezes, a denominação de “classes sociais” sem nenhuma indicação concreta a parâmetros para definí-las. As identificações de “classe média-alta e alta”, e “classes mais baixas” são usadas simplesmente como referências a pontos extremos de uma linha classificatória possível. Compartilho a perspectiva weberiana (1969) que considera classe um grupo de pessoas que tem em comum um componente causal específico em suas oportunidades de vida, componente esse representado por interesses econômicos de posse de bens e oportunidades de renda; neste sentido uma “situação de classe” é em última análise uma “situação de mercado”. Não é propósito desta pesquisa discutir parâmetros de delimitações de classes sociais, usei genericamente a terminologia a fim de notarmos que as identificações possíveis que se operam não são, meramente, escolhas simbólicas diante a ampla oferta que a metrópole disponibiliza, mas são fruto de interações concretas de indivíduos e grupos que ocupam posições específicas no sistema sócio-econômico.

Por exemplo, aqueles chamados de cybermanos freqüentam preferencialmente o Nation²² (localizado atualmente no bairro de Pinheiros), a Broadway (na Barra Funda), e a Over Night (na Móoca), dentre outros “salões” – eles não se referem às boates pela terminologia *club*, tal como grupos de classe média alta. Em cada um desses “salões” - ou “casas”, terminologia também usada – ouve-se estilos diferentes de música, mas é quase consenso entre esses jovens “da periferia” o gosto pelo *techno* e o *drum n’bass*, a adoração pelo DJ Marky e pelo DJ Patife²³. Aqueles de classe média e média alta que também gostam de *drum n’bass* dirigem-se para a Vila Olímpia, ao Club Lov.E, nas quintas-feiras, noite quando o DJ Marky toca. Durante as quartas-feiras este *club* abriga um público ligeiramente diferente, com maior número de homossexuais, roupa mais alegre e produzida, que vai ouvir e dançar *house*. Na verdade, a cada dia da semana o Lov.e oferece um repertório musical diferente que corresponde a um certo público que também diferencia-se, ainda que em sua em sua totalidade todos participem da “cena eletrônica” da cidade.

Já os apelidados de “mauricinhos eletrônicos” dirigem-se a outros pontos da *mancha*²⁴ de lazer noturno da Vila Olímpia, que não necessariamente o Lov.e; esses vão, por exemplo às quintas dançar *psytrance* no Manga Rosa. Aqueles que também gostam de *psytrance*, mas são considerados mais alternativos, os *freaks*, são encontrados na Klatu, que funciona às quintas e sextas-feiras onde já foi o primeiro dos endereços do Nation (nos anos 80), numa galeria da Rua Augusta localizada entre as Alamedas Itú e Franca.

²² Se durante a segunda metade dos anos 80 o Nation Disco Club foi um espaço dos neodândis, tal como caracterizou Marinês Calil (2000); desde de então o Nation mudou de endereço diversas vezes e, a partir do final dos anos 90, é um principais locais de *chill out* daqueles identificados como cybermanos.

²³ O DJ Marky e o DJ Patife são motivo de orgulho nacional para os adeptos da música eletrônica pelo reconhecimento internacional de seus trabalhos, mas principalmente pela trajetória pessoal de ambos: jovens ‘da periferia’ que mesmo sem estudo formal em música tornaram-se DJ’s cobiçados no mercado internacional e atualmente discotecam nos mais famosos *clubs* de música eletrônica do mundo (Londres, Paris, Madri, Nova York, Japão). Marco Antônio da Silva, o DJ Marky, é negro, filho de uma costureira e um ex-monitor da Febem, nasceu e foi criado na Penha. Já foi office boy e começou sua trajetória numa das mais antigas danceterias da Zona Leste, a Toco, localizada na Vila Matilde com 19 anos. Com 27 anos, em 2000 foi eleito o melhor DJ de *drum’n’bass* do mundo pela revista especializada inglesa *Knowledge*. Sua trajetória pessoal construiu um mito que inspira muitos sonhos de sucesso e reconhecimento de outros jovens, especialmente aqueles das classes menos favorecidas, associados à ‘periferia’. Há um documentário em vídeo sobre a primeira viagem para Londres destes dois DJ’s intitulado *Drum in Braz* (2001) que faz alusão ao bairro paulistano do Braz, localizado na Zona leste.

²⁴ *Mancha* refere-se a “áreas contíguas do espaço urbano dotadas de equipamentos que marcam seus limites e viabilizam – cada qual com sua especificidade, competindo ou complementando - uma atividade ou prática predominante”. Magnani (2002: 22)

Os poucos exemplos já indicam que existem lógicas que orientam os fluxos de grupos e indivíduos pela cidade, tal como apropriações e identificações diversas no próprio *circuito*, formando, assim, *circuitos* menores. O circuito da música eletrônica comporta e entrecruza outros tantos circuitos: o *circuito* do *trance*, o *circuito* dos *night clubs*, o *circuito* *gay*, o *circuito* das *raves*, etc. Pois:

“Mais do que um conjunto fechado, o circuito pode ser considerado um princípio de classificação (...). Por outro lado, o *circuito* comporta vários níveis de abrangência e a delimitação de seu contorno depende das perguntas colocadas pelo pesquisador. (...) Em cada um desses recortes está-se em contato com o mesmo sistema simbólico e de trocas, mas cada ampliação (ou redução) do âmbito, sem que se perca a referência com um campo reconhecido pelos usuários, está-se trabalhando com questões diferentes, definidas de acordo com os propósitos, as perguntas e a literatura acionada da pesquisa.” (Magnani, 2002: 24)

A descrição pormenorizada de todo o *circuito* da música eletrônica serviria apenas como registro histórico, pois muitos são os *clubs* que fecham depois de apenas dois anos de funcionamento, ou mudam de nome, decoração, público, também novos *clubs* e eventos estão sempre surgindo. Mesmo assim, embora com limites e pontos efêmeros, o *circuito* da música eletrônica apresenta alguns espaços e eventos que se tornaram pontos de referência e sustentação a atividades e práticas. Nesse sentido, ainda que a “cena eletrônica” não seja delimitada espacialmente está ancorada em certos lugares da cidade. Dentre referências que se consolidaram historicamente na cidade de São Paulo podemos citar:

Quadro 2. Pontos de referência do *circuito* da música eletrônica em São Paulo

Site rraurl	Criado em 1997 por DJ's e jornalistas “visando divulgar a cultura relacionada a música eletrônica no Brasil”, nasceu como uma fanzine e hoje é uma “revista digital” com guia de eventos, sets de DJ's, resenhas e áudios de álbuns, cobertura de eventos, artigos e entrevistas com personalidades da “cena eletrônica”. Disponibiliza também fórum de discussões e uma sala de bate-papo. Em junho de 2005 o material promocional do site anunciava que “o site conta com uma média de 3.000.000 de page views mensais, sendo 130.000 unique visitors”(enviado por e-mail por Gaía Passarelli em junho de 2005 para essa pesquisa).
Galeria Ouro Fino	Desde de meados dos anos 90 concentra muitas lojas que oferecem produtos e serviços para a “cena eletrônica”: roupas e acessórios com estética <i>clubber</i> e para <i>raves</i> , LP's de música eletrônica, <i>tattoo</i> , <i>body piercings</i> , agência de DJ's, cabelereiros que realizam penteados diferenciados e “modernos”. É o lugar privilegiado da cidade para a distribuição de <i>flyers</i> de <i>clubs</i> e festas, e também por onde circulam organizadores e freqüentadores de eventos de música eletrônica.

Parada Gay	As edições da Parada do Orgulho Gay de São Paulo sempre seguiram organizadas por trios elétricos com DJ's operando <i>pick ups</i> , sendo alguns dos trios patrocinados pelos principais <i>clubs</i> de música eletrônica da cidade, como o Massivo e A Lôca. A data da primeira da parada, no ano de 1997, coincide com a época quando a música eletrônica começa a se tornar mais pública e vai deixando de ser característica de grupos restritos e com pouca visibilidade. Vale notar que a escalada de público do evento não deve ser tomado como indício direto do crescimento da “cena eletrônica”, mas ainda assim sugere um paralelismo entre o crescimento das duas cenas: a eletrônica e a gay. Público estimado pela Polícia Militar: em 1997 duas mil pessoas, 1998 sete mil pessoas, 1999 trinta e cinco mil, 2000 cento e vinte mil, 2001 duzentas mil, 2002 trezentas e vinte mil, 2003 oitocentas mil, 2004 um milhão e meio de pessoas, e em 2005 um milhão e oitocentas mil pessoas.
Lov.E Club	Inaugurado em 12 de junho de 1998, um Dia dos Namorados, num galpão na Vila Olímpia, foi um dos primeiros <i>clubs</i> exclusivos de música eletrônica na cidade de São Paulo e desde então continua a ser uma referência importante para a “cena eletrônica”. Cada noite da semana é dedicada a um gênero de música eletrônica e um público diferente, sendo os DJ's residentes de cada noite alguns dos mais famosos do Brasil. No seu site oficial é definido como: “precursor no conceito de segmentação em música eletrônica e também um marco na difusão deste estilo para um público cada vez maior.” ²⁵ Em 2002, através de uma parceria com a prefeitura organizou uma academia de DJ's e eventos de música eletrônica por diversos pontos da cidade.
Manga Rosa	O Club Noturno de Música Eletrônica Manga Rosa foi aberto em março de 1999 voltado para “gente jovem, bonita e com poder aquisitivo” ²⁶ . É freqüentado pelos adeptos da música eletrônica das classes com maior poder aquisitivo. Também promove festas e <i>raves</i> em outros locais.
Broadway	Localizado na Barra Funda, atualmente é um dos lugares mais populares e lembrados para se ouvir e dançar <i>drum'n'bass</i> . Ainda que não esteja localizado numa área de periferia da cidade, está associado a esta idéia.
Over Night	Uma das discotecas mais antigas da cidade, localizada na Móoca, a Over Night manteve sua pista de dança praticamente lotada por mais de dez anos consecutivos, especialmente com um público bastante jovem que concentra-se na faixa entre 15 e 20 anos. Sua seleção musical está associada à músicas eletrônicas mais comerciais, aquelas tocadas nas rádios, e o local é referência do começo da carreira de alguns Dj's hoje notórios.
A Lôca	Voltado para gêneros de música eletrônica mais pesados, como o <i>techno</i> e o <i>hard trance</i> , esse <i>club</i> , localizado na rua Frei Caneca, é um reconhecido espaço de <i>gays</i> e <i>travestis</i> na cidade mas não é freqüentado unicamente por homossexuais. Aberto em 1998, A Lôca já recebeu muitos dos grandes nomes da discotecagem nacional e internacional.

²⁵ Site: <http://www.loveclub.com.br>, capturado em 1 de março de 2005.

²⁶ Citado em: <http://www.clubmangarosa.com.br>, capturado em 1 de março de 2005.

Parada da Paz	Aconteceu entre os anos de 1997 e 2002 - mas corre notícia de que deverá ser novamente realizada em novembro de 2005 – sendo percorrida por pedestres e carros do tipo trios elétricos patrocinados pela organização do Mercado Mundo Mix, por <i>clubs</i> de música eletrônica e grupos organizadores de festas <i>raves</i> . Seu percurso que no início seguia a Avenida Brasil e já nas últimas edições percorria a Avenida República do Líbano, mas terminava sempre ao redor do Monumento às Bandeiras.
Shol Beats	Primeiro grande evento de música eletrônica realizado na área urbana da cidade. Em sua primeira edição, no ano de 2000, reuniu 17.000 pessoas no Autódromo de Interlagos, um <i>line-up</i> de DJ's e uma infra-estrutura ainda não vistas para a <i>dance music</i> no país. Já a edição do ano de 2001 reuniu 24.000 pessoas em São Paulo, mas nesse ano também foram realizadas edições em Curitiba (PR) e no Rio de Janeiro (RJ). No ano de 2002 o público continuou a crescer, reunindo, então, 40.000 pessoas. O número recorde criou filas gigantescas e a água acabou em alguns momentos, motivos que levaram a organização a transferir o evento para o Sambódromo no ano próximo. Já no de 2003 o público foi de 44.000 pessoas, no ano de 2004 de aproximadamente 50 mil, e no ano de 2005 mais de 57 mil pessoas, segundo os organizadores do evento. Nesse período o Skol Beats se tornou o maior evento de música eletrônica da América Latina e orienta uma onda migratória de turistas que visitam a cidade de São Paulo especialmente para participar do evento. Diversos <i>clubs</i> promovem noites especiais nos dias que antecedem e sucedem o Shol Beats a fim de aproveitar a presença desses “turistas” adeptos da música eletrônica na cidade.
<i>Raves</i>	As <i>raves</i> brasileiras são eventos importantes do <i>circuito</i> da música eletrônica nacional e também do <i>circuito</i> mundial. Diferente do que teria acontecido em outros países (segundo reportagens dos <i>sites</i> Rraurl e Balada Planet), a proliferação de <i>raves</i> no Brasil não acompanhou simplesmente o crescimento da “cena eletrônica”; as <i>raves</i> foram e são eventos principais que impulsionam esse crescimento.

A eleição desses pontos principais do atual *circuito* da música eletrônica paulista resultou do cruzamento de citações nas entrevistas realizadas com *ravers* e *clubbers* durante o trabalho de campo dessa pesquisa (especialmente entre 2002 e 2004), mas também foram considerados o público médio desses eventos, e sua perpetuação no tempo. Os entrevistados fizeram questão de lembrar outros pontos do *circuito* que em 2004 já não existiam mas foram considerados muito importantes para o delineamento da “cena” e a história da música eletrônica no Brasil: o Nation, o Hell's Club, o Massivo, a Toco, as festas de rua que aconteciam em São Miguel Paulista (patrocinadas pela pizzaria Urbanus), entre outros. Como projeção futura foi notada a importância de *clubs* e *sites* que vêm se especializando cada vez mais em públicos segmentados. Como exemplo posso citar o D-Egde e o Amp Galaxy voltados para aqueles “descolados” que querem se manter no “undreground”, noites com consagrados Dj's estrangeiros que se realizam no *club* do Hotel Unique a ingressos caríssimos (que chegam a custar mais de R\$ 200,00), e *sites* como o “drumbass.com.br”

que, como o nome já indica, é voltado para um gênero musical específico. Também foi notada a tendência de multiplicação de eventos de música eletrônica em outras grandes cidades brasileiras como Brasília, Piracicaba, Belo Horizonte, Campinas, Curitiba e Rio de Janeiro; patrocínio de grandes marcas para a realização de eventos urbanos de música eletrônica voltados para dezenas de milhares de pessoas (como a Coca-Cola Vibezone, o Nokia Trends e o TIM Festival); e a realização de eventos com griffe internacional como o Festival Sonarsound em 2004 – versão brasileira do Sónar espanhol, Festival de Música Avançada e Arte Multimídia, que acontece há 12 anos em Barcelona e já teve edições em Lisboa, Londres, Tóquio, Hamburgo, entre outras cidades -, e o Creamfields, famoso festival inglês, previsto para final de 2005.

Dependendo do grupo e de sua respectiva posição sócio-econômica cultural delinea-se *sub-circuitos* da música eletrônica que se tocavam em alguns pontos, especialmente nas *raves* e grandes eventos como o Shol Beats. Didi, por exemplo, com 24 anos, numa entrevista de maio de 2005, lembra sua história de vida interligada com a história de várias “casas” de música eletrônica da Grande São Paulo. Conta que chegou em Osasco, vindo de Pernambuco, no começo de 1996, quando tinha 15 anos e que, a contra gosto do pai, juntava todo dinheiro que podia trabalhando como ajudante de pedreiro para freqüentar danceterias (a Rapisody e, quando possível, também a Rapoflash). Época essa quando “quem era *clubber* usava camiseta da Escola de Divinos²⁷” e “se não fosse *clubber* não podia usar que eles [aqueles que usavam] tomavam [mandavam tirar]”. Didi conta, com alguma nostalgia, de um certo *circuito* que incluía a Rapysody (em Osasco), a Rapoflash (em Diadema), a Toco (na Vila Maria), a Over Night (na Móoca), a Contra-mão, a Broadway, e mesmo a Abrigo Nuclear (em Santo Amaro), que cita até sem ter freqüentado ou conhecido, mas como referência histórica que não deve ser esquecida.

Já Mateus, com 28 anos, em entrevista cedida em março de 2005, conta sua história na “cena eletrônica” à partir da lembrança do ingresso na Faculdade de Rádio e TV na FAAP, época quando conheceu amigos com os quais passou a freqüentar as primeiras *raves* que aconteciam em São Paulo. Tal como Didi, Mateus faz questão de lembrar da importância histórica do Hell’s Club (Jardins), mas seu *circuito* então caminha por outros lugares na cidade: o Floresta, o Lov.e, o

²⁷ Escolas de Divinos é a marca das criações do costureiro Heitor Werneck, que embora não sejam feitas para o público dos *clubbers* da “periferia”, mas principalmente para o público *gay*, por eles foram apropriadas como sinal de pertencimento à “cena eletrônica” de São Paulo.

Butecho, a U-Turn, o Manga Rosa - todos localizados na Vila Olímpia -, o Free Jazz Festival (que nas últimas quatro edições trouxe nomes importantes da música eletrônica mundial), e diversas *raves*.

O Nation é genericamente reconhecido como o primeiro *club* da cidade de São Paulo e do Brasil²⁸. É o ponto de partida do livro de Erika Palomino (1999) nos seguintes termos: “uma casa noturna nos fundos de uma galeria comercial, em plena rua Augusta, nos Jardins, [que] estabeleceria em São Paulo, entre 1988 e 1991, os fundamentos de tudo o que hoje entendemos como cultura club” (1999:18).

Mas é o Hell’s Club a referência unânime entre todos os relatos sobre a “cena eletrônica brasileira”, muitos, inclusive, localizam o Hell’s como o início da “cena”. O *club* representou o primeiro *after hours* da cidade: acontecia nas manhãs de domingo, a partir das cinco horas, se estendendo até o meio-dia, no Espaço Columbia, localizado na Rua Estados Unidos. Embora sua existência não tenha sido tão longa (entre 1994 e 1998), sua realização parece ter deixado marcantes lembranças no coração de seus frequentadores. A natureza das relações tecidas no Hell’s Club transparece no depoimento de Vivi, frequentadora do local e também irmã do DJ Pil Marques, quem concebeu o Hell’s:

“O Hell’s tem que ser conhecido como um lugar que tinha muita música de primeira e muita gente moderna e maravilhosa. Esses ingredientes criavam o clima que deixou o clube famoso. Bastava você chegar e ir cumprimentando os amigos, da porta ao banheiro. Era um lugar de encontro, todo mundo que gostava de música eletrônica se reunia lá. Então virou uma espécie de religião, uma missa de domingo” (citado em Palomino, 1999: 74).

Muitos dos frequentadores do lugar, que se reconheciam como um “grupo de amigos”, tornaram-se num período próximo notórios profissionais atuando em áreas afins (comunicação, moda e entretenimento)²⁹. Transparece, então, como a experiência do Hell’s desdobrou-se em

²⁸ Sobre o Nation Disco Club e a formação do universo dos *clubs* em São Paulo ver Marinês A. Calil, “Aventura do estilo – um pequeno estudo dos fashion clubs do gênero dance music na cidade de São Paulo”. São Paulo, PPGAS/USP. Dissertação de mestrado em Antropologia Social apresentada em 1994.

²⁹ Desse universo posso citar atuando com jornalismo: Erika Palomino (colunista do jornal Folha de São Paulo, crítica de moda, Marco Antônio Rangel, André Barcinski (membro do grupo organizador da *rave* Circuito e jornalista da rádio Brasil 2000), Cláudia Guimarães (fotógrafa), Camilo Rocha (colunista do site Rraurl e da revista Beatz, também DJ e produtor de música). Atuando com moda: Alexandre Hercovitz, Marcelo Sommer, Victor e Rogério Hidec, Luiz Careca (produtor de moda e *stylist* de celebridades), Zeca Gutierrez (assessor do *site* Glamourama), Jonhny Luxo; com eventos de moda ou música eletrônica Beto Lago (empreendedor do Mercado Mundo Mix, promotor de *clubs* e da Parada da

articulação política para a promoção dos “amigos do grupo” e da própria “cena eletrônica”, da qual eles gostam de se auto-denominar como precursores.

“O que havia antes [do Hell’s Club e das primeiras *raves*] ou era muito pequeno e guetificado (público GLS) ou andava de mãos dadas com o comercialismo de FM (a cena das grandes casas da Zona Leste). Não existia a idéia dessa música como estilo de vida. (...) O que havia eram alguns clubes que em alguns momentos tinham uma vibe especial, mas não havia uma cena construída.” (Rocha, Beatz nº 3, 2003: 20)

Nesse processo, que Camilo Rocha cita da construção de uma cena - que não a “cena das grandes casas da Zona Leste” -, a Galeria Ouro Fino foi eleita como referência territorial e simbólica privilegiada.

Localizada na Rua Augusta 2.690, entre a Rua Oscar Freire e a Alameda Lorena, a Galeria Ouro Fino está cravada no coração dos Jardins, uma das *manchas* de moda e estilo mais expressiva e tradicional da cidade de São Paulo. Sua localização já aponta uma vocação predominante que tomou diversas formas ao longo de sua existência³⁰. Mas a história mais antiga da Galeria Ouro Fino parece não importar tanto aos atuais jovens frequentadores, que contam e recontam o nascimento da Galeria, tal como ela é hoje, a partir da abertura das lojas Hell’s Club (para vender as disputadas camisetas distribuídas nas festas), da Ultra (com artigos diversos de e para cânhamo) e da Body Clinic (primeiro estúdio especializado em *body piercing* do Brasil) em meados de 1995, aproveitando os custos baixos dado uma certa decadência do lugar. Os empreendedores já eram “amigos” antigos, da época que frequentavam o Rose Bom Bom (*club* que funciona na década de 80 numa galeria na esquina da rua Haddock Lobo com a rua Oscar Freire) e logo também convidaram outros tantos amigos para se juntarem num mesmo espaço³¹.

Paz), Kaká Ribeiro, Adriana Recchi (membro do núcleo da *rave* SP Groove), Helô Ricci, Vivi. E com música, que se tornaram notórios DJ’s: Mau Mau, Pil Marques, Renato Lopes e Ana&David (dupla de DJ’s que atua conjuntamente e realizou o próprio casamento no Hell’s Club).

³⁰ A respeito ver o texto “Galeria Ouro Fino: a galeria mais descolada da cidade” da mesma autora, que deve compor uma coletânea de dissertações de trabalhos desenvolvidos por pesquisadores do Núcleo de Antropologia Urbana da USP intitulada *Jovens da Metrópole* organizada por José Guilherme C. Magnani e Bruna Mantese (no prelo).

³¹ Diversos dos estilistas que despontariam num próximo período como revelações da moda brasileira abriram nessa época lojas na Galeria Ouro Fino, entre eles: Jun Nakao, Alexandre Herchcovitch, Marcelo Sommer, Caio Gobbi, Juliano Menegazo. Já em 1996 foram abertas as lojas Chilli Beans, Glow Trance Shop, A Mulher do Padre, Thaís Gusmão.

D. Magaly, dona do brechó Passado Presente Bric-a-Brac que funciona na galeria desde 1972 (também mãe de Pil Marques e Vivi), foi testemunha do movimento de novas lojas no sub-solo da Galeria Ouro Fino desde meados de 1995: “Ele [Pil] abriu a loja em frente à minha e logo outros amigos e conhecidos fizeram o mesmo”, relembra. Veruska, esposa de André Meyer (empreendedor da Body Clinic) naquela época, também reconhece que “a Galeria subiu por causa dos amigos. Agente vinha e trazia os amigos”.³²

O (re)florescimento da Galeria foi o resultado, então, de uma rede de amizade de jovens que investiram na abertura de seus próprios negócios aproveitando os baixos aluguéis de meados da década de 90. Esta rede de amizade garantiu mais do que apenas sinergia comercial: juntos esses “amigos” estabeleceram não só um centro de compras de produtos e serviços, mas principalmente ponto de encontro e espaço de convivência.

Todos tinham em comum o *gosto* pela música eletrônica, referências estéticas e comportamentais inspiradas por viagens a Londres, Paris e Nova York. Eram em sua maioria frequentadores dos mesmos *night clubs* (Hell’s Club, Massivo); mas também organizavam, participavam ou apoiavam festas de música eletrônica que aconteciam em algum sítio nos arredores de São Paulo: as primeiras *raves*. Em 1996, a Galeria Ouro Fino já era o ponto de referência – único desde aquela época – para se descobrir os inusitados locais das festas *raves* que aconteciam com uma frequência cada vez maior.

É na Galeria Ouro Fino onde, até hoje, se encontram os *flyers*, os acessórios, a indumentária e os ingressos antecipados para as *raves*. Lá, e apenas lá, encontra-se reunido num único espaço: roupas com desenhos psicodélicos fluorescentes, *lightsticks*, tênis plataforma da marca importada Buffalo³³, discos de vinil com gravações de músicas eletrônicas, agulhas para *pick ups*, equipamentos para malabaris, maquiagem com *glitter*, tintas corporais que brilham no escuro, óculos no formato de olhos de *aliens*, serviço de *body piercing*, tatuagem, coloração de cabelos em

³² Entrevistas de novembro de 2003.

³³ Tênis de origem inglesa usado tipicamente por *ravers* no Brasil, só é importado (informalmente) por lojas da Galeria Ouro Fino e pode ser considerado um artigo de luxo já que custa em média R\$ 500,00. Seu *design* característico por vezes se assemelha a calçados de astronautas. No cartão publicitário da loja Glow Trance Shop, que segue nas próximas páginas como figura 8, a modelo veste um tênis dessa marca.

tons de azul, rosa ou roxo, *dreadlocks*³⁴; e também alguns dos “amigos” que dançaram juntos na última *rave* e os DJ’s que discotecam nas festas.

Ainda que sob protesto da síndica do local, é também da frente da Galeria Ouro Fino que saem os ônibus fretados para inusitados espaços onde se festejam as *raves*, e para onde eles voltam depois da festa.

Embora seja bastante prático imprimir a descrição do caminho da *rave* através da internet já que os *flyers* ficam, na sua maioria, disponíveis em sites especializados como o Balada Planet, Eletronic Brasil, Rraurl, sempre foi muito freqüente a procura de *flyers* na Galeria Ouro Fino.

“As lojas da galeria são ponto obrigatório para saber das melhores festas da semana. Em 1997, a procura de flyers é tanta que eles chegam a ser vendidos.” (Palomino, 1999: 246)

Na Galeria Ouro Fino pode-se encontrar os *flyers* das *raves* que estão acontecendo em todo o Brasil e em alguns outros países, especialmente onde Dj’s brasileiros foram convidados para tocar. Mas quem vai à Galeria não vai apenas para “pegar” *flyers*, vai até lá porque, além de achar produtos e serviços bastante específicos - como aqueles já citados dirigidos para os *ravers* - também pode-se encontrar amigos, paquerar, atualizar-se das novidades, ou fofocas, cruzar com algum DJ famoso. Ninguém simplesmente anda pela Galeria Ouro Fino, as pessoas passeiam pela Galeria Ouro Fino, algumas até desfilam. Ninguém simplesmente passa pelos seus corredores, as pessoas andam olhando para os lados, procurando reconhecer alguém com quem conversar e/ou ser reconhecido. Os bancos que ficam nos corredores da Galeria estão sempre ocupados por grupos de amigos que conversam, ou simplesmente observam a movimentação geral.

“Por aqui tem muita história para contar, é o que mais tem. Inclusive tem os contadores que ficam no banco aí o dia inteiro. Porque aqui, o bom dessa Galeria é isso, se você está trabalhando ótimo, mas se não tem movimento você sai, vai tomar café, você está com um monte de amigo.(...) Eu brinco que aqui é nosso Posto 9, aqui é nossa praia de São Paulo, porque quem tá à toa vem para a Galeria que sempre tem um monte de gente. Tem informação de festa, de música, de moda, aqui a gente brinca que tem um pouco de tudo. É onde os DJ’s vem buscar as músicas, tem as melhores lojas de vinil, é onde todo mundo que faz festa deixa flyers, informação. Aqui é um lugar que além de moda e música, tem

³⁴ *Dreadlocks* é um penteado que imita os cachos emaranhados que se formam em cabelos que não são lavados ou escovados com freqüência. Aludem aos cabelos usados pelos rastafaris, que têm como maior expoente a figura de Bob Marley.

muita informação do que está acontecendo em São Paulo.” (Vivi, entrevista de novembro de 2003)

Passeando, olhando vitrines, comprando produtos ou serviços, encontramos pelos corredores da Galeria: *clubbers*, *cybermanos*, *tranceiros* (adeptos do gênero musical *trance*), pessoas do bairro, clientes antigos, artistas, *gays*, “pessoal da moda”, mais recentemente: *roqueiros* e “a galera do hip hop”. São essas algumas das categorias usadas pelos lojistas que identificam públicos diferentes circulando pelo lugar. Os recortes - ou nomeações - podem ser feitos em dimensões diferentes e dependem do objetivo no contexto específico, pois são todas essas identidades situacionais e relacionais.

A diferenciação das lojas mais antigas da Galeria e seus clientes típicos, em relação aos “modernos”, pode ser observada num interessante movimento que acontece durante os sábados. Aproximadamente às 14:00 hora algumas lojas são fechadas enquanto outras, que abriram por volta do meio-dia, mantêm-se abertas até as 19:00h. ou 20:00 h. O primeiro grupo atende ao horário tradicional do varejo; já o segundo, composto por aqueles ditos “modernos”, comporta-se atendendo aos hábitos noturnos dos lojistas e de seus consumidores-padrão, isto é, ambos acordam mais tarde pois “freqüentam a noite”, ou ainda, o *night club*.

Por volta das 16:00 hora dos sábados a Galeria Ouro Fino comporta o maior público da semana, está cheia de jovens - vários, inclusive, que já atravessaram o marca etária dos 30 anos³⁵ – associados espacialmente, dadas relações de amizade ou afinidade, formando pequenos grupos de “amigos”. São grupos que momentaneamente se formam, desfazem e refazem sob diversas identificações: *ravers*, *tranceiros*, *cybermanos*, DJ’s, estilistas, lojistas, *tecneros*, etc. Muitas pessoas transitam por mais de um dos grupos que se formam pelos corredores da Galeria Ouro Fino mas, em alguns momentos, revelam-se incompatibilidades sociais e simbólicas.

Numa reportagem³⁶ sobre a jovens de classe média alta e alta da cidade de São Paulo, intitulada “Pattys e boys agora freqüentam raves e casas noturnas *clubbers*” é ressaltado que eles

³⁵ A noção de juventude, como construção histórica ocidental, refere-se mais a uma posição geracional, ou um período de transição entre a infância e a vida adulta, do que a uma faixa etária. (Eisenstadt, 1976; Ariés 1981; Abramo, 1994).

³⁶ Disponível em <http://ultimosegundo.ig.com.br/materias/brasil>, matéria de 24 de agosto de 2003, acessada em 10 de janeiro de 2004.

“para compor o visual compram roupas na Galeria Ouro Fino e no Mercado Mundo Mix”. Continua a reportagem:

“As patts e boys consideram-se um grupo homogêneo e com representantes em todas as regiões da cidade. Felipe Fernando Gonzalez, 22 anos, morador do Jardim Anália Franco, bairro de classe média-alta que fica no Tatuapé, zona leste, considera-se um boy descolado. ‘Frequento as raves e clubes da zona oeste e nunca sofri discriminação por morar na zona leste. Tenho o mesmo nível social de pessoas que moram nos Jardins e Morumbi, diz. A afirmação de Felipe é confirmada por Beatriz. ‘Não vamos discriminar uma pessoa porque ela mora na zona leste. Se frequenta o mesmo lugar que a gente é porque tem o mesmo gosto e estilo’, completa.”

Ainda que as gradações e nomeações possam ser sutis, detalhadas e bastante situacionais o poder de consumo é notadamente um recorte pouco manipulável. Exemplo de como se desdobra tomamos para comparação duas lojas de roupas emblemáticas na cena eletrônica: a Glow Trance Shop e a Guerra Mix.

A Glow Trance Shop, localizada na Galeria Ouro Fino, oferece roupas e acessórios para os frequentadores *freaks* de *raves*. São roupas com modelagem e materiais confortáveis, com estampas psicodélicas em cores fluorescentes; tintas para pinturas corporais que brilham no escuro; argolas, bastões, fitas para a prática de malabaris; bandanas para compor penteados; colares, anéis, chupetas que piscam, *lightstick*; bolsas e cartucheiras. São, em geral, roupas criadas pelas três irmãs sócias-proprietárias que frequentam e organizam *raves* no Brasil há mais de 9 anos. Algumas peças e muitos dos acessórios também são comprados durante viagens regulares que realizam para *raves* em outros países. Veruska, a primeira das irmãs a assumir um “estilo de vida psicodélico”, tal como ela mesma define, criou a Glow depois de uma viagem a Goa, em 1996.

“Eu sempre fui nas festas do mundo todo: fui no Nepal, fui na Índia, fui em Ibiza, fui na Alemanha, na Hungria, todo lugar que você imaginar que tem festa eu fui: Tailândia,... porque eu me identifico muito por causa da natureza, por causa da liberdade, porque as pessoas que eu conheço lá de fora vivem disso, elas são pessoas psicodélicas.” (Veruska, entrevista de novembro de 2003)

Figura 7. Cartão publicitário da loja Glow Trance Shop do final dos anos 90



Nessa composição ressaltam-se elementos gráficos típicos do universo das *raves*: discos voadores, o símbolo "Ohn" e o símbolo "paz e amor" do movimento *hippie* impressos em rosa fluorescente e com efeitos que brilham no escuro.

A mensagem que segue no verso do cartão também procura traduzir o "espírito" da *rave* e anuncia a loja como uma conexão privilegiada para esse universo:

Agora você já tem como estar inteirado com o mundo das *raves*:
Só na Glow você pode brilhar, juntando-se com energia da música, das cores e das pessoas.
Venha conhecer e brilhar!

Outro cartão publicitário da mesma loja, mas de um período posterior, quando as *raves* já haviam se consolidado como eventos regulares no calendário de final da semana da cidade, o projeto visual procura propagandear os próprios produtos e a mensagem que segue no verso ressalta uma certa legitimidade já consolidada da loja.

Figura 8. Cartão publicitário da loja Glow Trance Shop do início dos anos 2000



Mensagem do verso: "a loja pioneira que trouxe até você o novo conceito de vestir, sentir e viver..."

Na Glow, o preço das camisetas, por exemplo, varia entre R\$ 58,00 e R\$ 130,00. São camisetas com estampas de mandalas e fractais sem mensagens escritas ou ícones, algumas importadas de Bali.

Para atender outro universo de consumidores, aquele com menor poder aquisitivo, que muitas vezes é associado à “periferia” da cidade, encontramos a loja Guerra Mix. Uma loja localizada na Av. São João, próximo ao Largo Paissandú, que anuncia em seu *site*:

“A loja GUERRA MIX existe há oito anos, criando, desenvolvendo e elaborando roupas e acessórios para o público alternativo, ou seja, cyber e clubber. Nestes oito anos a loja mudou-se de endereço seis vezes, mas todas na mesma região, agora a loja encontra-se na avenida São João e o atendimento é feito pelos proprietários, Andréa e Guerra, onde o cliente encontra camisas, camisetas, regatas, calças de vários modelos, saias, baby looks, kilts (as ‘famosas saias escocesas’), faixas de cabelo, bermudas. As roupas são feitas de algodão, helanca, nylon, vinil e algodão flanelado, encontra-se também chaveiros, cinturões, pulseiras, colares, piercings, acessórios fluorescentes e fosforescentes assim como as diversas estampas de techno, trance, drum'n'bass, etc e spike, além de malabares, diablo, pirofagia, iô-iô japonês, etc. Venha nos visitar e boas compras!!!”³⁷

Figura 9. Fotografia 1 da loja Guerra Mix



³⁷ Disponível no site: <http://www.guerramix.kit.net>. Capturado em maio de 2005.

Disponível no site: <http://www.guerramix.kit.net>. Capturado em maio de 2005.

Na loja pode-se encontrar diversas camisetas a preços que variam entre R\$ 20,00 e R\$ 25,00; calças (R\$ 35,00 a R\$ 50,00), saias (R\$ 30,00 a R\$40,00) e acessórios como pulseiras, colares, bolsa, chupetas “for ages 12 + years”.

A peça mais vendida na loja é uma camiseta com a imagem de um *alien* discotecando (atrás de duas *pick-ups*) com a inscrição “drum’n’bass”. Talvez seja essa uma expressão mercadológica da associação do *drum’n’bass* brasileiro com a “periferia” da Grande São Paulo. Mas embora os adeptos do *drum’n’bass* brasileiros sejam em sua grande maioria provenientes das classes menos privilegiadas, não são todos os *clubbers* da “periferia” que necessariamente curtem esse gênero musical, existem classificações mais sutis no jogo de identificações e diferenciações operado por eles.

Mara, 15 anos, moradora de Sapopemba, por exemplo, não quer nem mesmo ser reconhecida como *clubber*, ainda que cultive o hábito de sair com amigos para dançar música eletrônica em *raves* e “casas”. Numa entrevista de junho de 2005, quando perguntei o motivo pelo qual ela dizia estar deixando de ir em *raves*, respondeu:

“Por causa do pessoal agora; tá meio diferente que antes, agora tá rolando mais pessoal de drum’n’bass, meio mano assim, sabe!? Pessoal mais maloqueiro, assim... Ultimamente eu tô indo em festa GLS, que a maioria dos meus amigos são gays. Agora eu tô indo mais em festa de techno e trance do que de drum’n’bass que eu não gosto muito por causa desse pessoal.”

C: Você fez novos amigos na *rave* que foi?

“Não fui com o pessoal que eu conheço.”

C: Da onde? Do bairro, da escola?

“Os amigos que saem juntos nenhum eu conheci de perto da minha casa, conheci de festas, com a minha irmã, quando eu era *clubber* ainda.”

C: Você não é mais *clubber*?

“Não. Agora eu tô mais sossegada. Antes quando eu era *clubber* curtia mais drum’n’bass, um som mais pesado assim. Que eu achava que era pesado, né!? Agora eu tô mais de boa.”

C: O que você faz para se divertir?

“Ah... Saio.”

C: Vai a *clubs* ainda?

“Haha! Mas tipo no estilo, eu não sou clubber!”

C: O que você fazia antes que te tornava mais clubber?

“Haa... tipo o visual.”

C: Porque eu olho pra você e vou falar que você é *clubber* ...

(ela tinha quatro piercings no rosto – um no queixo, dois no nariz, um na sombrancelha -, cabelo preso num robo de cavalo e presilhas coloridas enfeitando as laterais da cabeça; vestia calça jeans justa, tênis baixo, e um moleton azul royal com capuz e zíper na frente; no pouco do seu corpo que estava a mostra – entre a calça e o moleton - percebia-se uma grande tautagem, perto do umbigo)

“Eu não sou clubber!”

C: Me diz então o que é diferente..

“Como assim?”

C: O que você usava antes, não usa agora, que te fazia mais *clubber*...

“Antes eu era mais colorida, vestia estas roupas aqui [estávamos dentro da loja Guerra Mix]. Agora não, eu uso uma roupa mais básica”

C: Por que você deixou de ser clubber, cansou de algo?

“Não, é que tava tendo muito modismo. O pessoal curtia axé assim, um som nada a ver, colocava umas pulseiras e falava que era clubber. Daí eu deixei disso, porque o pessoal falava ah... você é moda também. Daí eu comecei a vestir eu mesma, e assim tô sendo mais bacana. Curtindo o som, mas não sou clubber.”

Moda e autenticidade são idéias que também estão em jogo nos discursos ideológicos e comportamentais dos *clubbers*. A intenção de não ter uma imagem social que seja percebida como fruto de modismo parece ser comum em diversos segmentos. Toma a forma de falas diferentes, mas geralmente a autenticidade pretendida é traduzida pela noção de “*underground*”, em oposição a “*mainstream*”, de “alternativo” em oposição ao “comercial”.

O desejo de ser *undreground* está presente em muitas das declarações de *clubbers* e *ravers*. Está presente também no movimento de realização de festas com mecanismos de seleção dos participantes pelos jovens de classe média alta e alta, como as *privates raves* ou aquelas como alto

preço de ingresso (algumas *raves*, à partir de 2002, chegam a cobrar ingresso ao preço de R\$ 50,00). É apelo publicitário de muitos *clubs*, como por exemplo do D-Egde que anuncia ser: “Um lugar sofisticado, mas que não deixa de ser underground”, conforme Renato Ratier, DJ e proprietário (citação publicada no jornal Folha de São Paulo de 29 de maio de 2003). Outro exemplo é o do site Rraurl, que há 3 anos elegeu como slogan a frase: “espalhe a palavra, fique no underground” a fim de traduzir o espírito desejado para a “cena eletrônica”. Já o projeto Cyber Hey, do Gloss Club, realizado por e para *clubbers* da “periferia”, associa em seu *flyer* as idéias de *vibe*, *underground*, liberdade, e anuncia que: “um dos objetivos do projeto, além de proporcionar diversão aos frequentadores, é manter vivo o estilo underground”.

Figura 10. Flyer da festa Cyber Hey de julho de 2005



interessante notar como a nomeação “cyber” é recuperada, sem carga negativa, mas como denominação para “amante da música eletrônica”

Há, na verdade, uma tensão em querer ser popular sem ser fruto de populismo, atender às novas tendências mundiais de moda e comportamento sem ser mero seguidor de modismos. Nesse processo, a autenticidade pretendida não é uma criação tão inovadora, mas é traduzida como vanguarda em importar tendências que se observam na Europa e nos EUA. Crentes de que a “moda” há de chegar no Brasil, muitos se adiantam para estar no “topo da onda”, estar entre os primeiros a manifestá-la por aqui. É uma atitude que também revela a vontade de participar desse universo “central” que representa Londres, Paris, Nova York, articular os mesmo códigos, falar a mesma língua.

Assim, o processo de criação de identidades muitas vezes baseia-se na aposta de uma próxima moda mundial e em ser vanguarda dessa moda localmente. Estar entre os primeiros a manifestar tais modas revela a crença no poder de influenciar pessoas, de ser modelo a ser copiado, mas quando o modelo se espalha é abandonado, pois ninguém quer parecer que segue modismos. É também um jogo com temporalidades já que ser “descolado” nesse contexto é “estar à frente de seu tempo”, mas o tempo em questão é o tempo de importação prevista dos modismos lançados pelos centros da Europa e dos EUA.

O Club Noturno de Música Eletrônica Manga Rosa anuncia em seu site³⁸ que a idéia da inauguração do lugar “era **trazer uma modernidade** no som, mostrando **a nova linguagem** que vinha tomando conta dos *clubs* noturnos em todo o mundo” (grifo meu). A *rave* Solaris Limited Edition de 2005, outro exemplo, define os seus propósitos nos seguintes termos: “O projeto nasceu com a vocação de **estar a um passo à frente**, quebrar barreiras e proporcionar encontros e experiências intensas cercadas de boa música e **cultura alternativa**” (grifo meu)³⁹.

Ainda que importando modelos estrangeiros, a intenção de “ser alternativo” à massificação é uma busca por diferenciação (e identificação) que enreda o jogo político de grupos diversos através de apropriações de espaços da cidade (re)significando-os e delimitando-os como territórios onde se realizam encontros, trocas, disputas, festas. Esses “territórios” não são delimitações permanentes ou exclusivas, mas são motivo de disputas, são espaços privilegiados para as práticas que constroem as “cenas” (eletrônica, punk hardcore, etc.). E embora seja a diferença que marque os limites de cada universo traduzido como cena, existem espaços de interconexão e contato, compartilhamento de códigos e valores, que atendem a um processo dinâmico de definição e redefinição.

³⁸ Citado em: <http://www.clubmangarosa.com.br>. Capturado em 1 de março de 2005.

³⁹ Disponível em [.http://www.baladaplanet.com.br](http://www.baladaplanet.com.br). Capturado em agosto de 2005.