



CONSTRUINDO IDENTIDADES, ESPAÇOS E SENTIDOS: o consumo cotidiano na cidade de São Paulo, um olhar sobre a Rua Augusta¹

Ms. Bruna Freire Bastos²

PPGom ESPM-SP

Resumo

O tema desta pesquisa é a construção das identidades na metrópole contemporânea, marcada pela efemeridade e fragmentação. Enfatizamos os aspectos socioculturais da cidade de São Paulo, espaço urbano tomado como referência neste trabalho, em diálogo às práticas de consumo materiais e simbólicas realizadas pelos sujeitos que frequentam cotidianamente a Rua Augusta, localidade que orientou o recorte empírico da pesquisa. As práticas de consumo relatadas pelos sujeitos entrevistados foram problematizadas em relação aos projetos identitários assumidos pelos mesmos, construindo um debate sobre a reflexividade e a vida nas grandes cidades. O quadro teórico-conceitual que dá base à investigação se relaciona à interseção entre as áreas da comunicação e do consumo, por meio do apoio de autores como Garcia Canclini, Slater, Giddens, Hall e Castells. O referencial empírico teve como base entrevistas em profundidade, analisadas segundo noções da Análise de Discurso de linha francesa.

Palavras-chave: comunicação; consumo; identidade; cidade; cotidiano.

A transferência significativa da vida humana do campo para as cidades ocorreu paralelamente ao processo de revolução industrial, configurando um dos marcos da era moderna (HOBSBAWN, 2009). Segundo Don Slater (2002), este momento histórico é, também, a referência para uma ordem social denominada como Cultura do Consumo, cuja particularidade é inserir o mercado como um agente mediador entre os processos de produção e de consumo. Tal cultura se caracteriza por

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho 2, do 6º Encontro de GTs de Pós-Graduação - Comunicon, realizado nos dias 14 e 15 de outubro de 2016.

² Mestre em Comunicação e Práticas do Consumo pelo PPGcom da ESPM-SP. Email: fbastos.bruna@gmail.com.



ampliar e flexibilizar a troca de bens, dando visibilidade a mercadorias de diferentes naturezas, exploradas material e simbolicamente pela indústria e pela publicidade.

Assim, o cotidiano do cidadão urbano passa a ser permeado por mercadorias que o acompanham dentro e fora de sua casa. No ambiente doméstico, máquinas de lavar roupa, rádio e televisores ilustram a entrada das mercadorias na intimidade do lar. Já na esfera pública, automóvel, teatro e cinema exemplificam alguns dos redutos privados destinados à socialização coletiva que contribuem “tanto para a manutenção da ordem social e satisfação privada, quanto para a dissolução social e ruptura cultural” (SLATER, 2002, p.22).

Nesta pesquisa, tomamos a própria cidade como uma mercadoria e, apoiando-nos em Lucrécia Ferrara (2008), estabelecemos uma reflexão sobre a cidade a partir de duas instâncias: mídia e mediação. Na instância da cidade como mídia, damos destaque ao consumo da imagem da cidade, à sua retórica visual e midiática, bem como ao imaginário que se articula a esta visualidade. Já na instância da cidade como mediação, a ênfase repousa no consumo material da cidade, tais como as práticas cotidianas de locomoção pelas ruas, os modos de organizar e utilizar o espaço urbano. Ambas as reflexões são realizadas na perspectiva do sujeito consumidor, portanto, no primeiro caso debatemos sobre a atribuição de sentido da imagem da cidade e no segundo caso discutimos sobre as apropriações e os usos do espaço urbano pelos mesmos sujeitos.

Orientamos o recorte empírico da investigação tomando a Rua Augusta, na cidade de São Paulo, como referência. Esta escolha se mostrou coerente porque a Rua Augusta é um espaço urbano que participou de diferentes fases da história de São Paulo, desde o momento em que a cidade se alça à condição de metrópole, até a atualidade, momento em que a capital se configura como uma das maiores cidades do mundo, contribuindo para a reflexão sobre a transformação da identidade da cidade ao longo do tempo e relação com as identidades dos cidadãos que a habitam.

Para tratar sobre o consumo da cidade de São Paulo, em especial da Rua Augusta, realizamos sete entrevistas em profundidade com moradores e/ou



trabalhadores da via, selecionados com o auxílio da metodologia da bola de neve. O critério que restringiu os entrevistados por aqueles que são trabalhadores e/ou moradores da via ocorreu devido à intenção de conversar com pessoas que tivessem vivência cotidiana com o espaço urbano recortado, indo além de uma vivência esporádica ou causal. Nossa seleção se orientou principalmente pela faixa etária dos entrevistados, isso porque, como dissemos anteriormente, desejávamos refletir sobre as transformações de significados e usos da Rua Augusta ao longo do tempo, assim, dois dos entrevistados estão na faixa dos 20-30 anos, três estão na faixa dos 40-50, e outros dois estão na faixa dos 50+. Além disso, dos sete entrevistados, três são homens e quatro são mulheres, equilibrando relativamente a seleção na perspectiva do gênero, visto que tal categoria não foi central na pesquisa. A análise das entrevistas foi feita a partir das noções da Análise de Discurso de linha francesa (ADF), tomando Bakhtin (2002), Orlandi (2003) e Baccega (1998) como principais referências.

A conversa com os entrevistados se desenvolveu de modo a evidenciar os aspectos identitários entre o entrevistado e a cidade. Ao dar centralidade à questão das identidades, apresentamos de antemão a perspectiva de que o consumo é uma prática identitária por excelência, visto que conecta os indivíduos a uma teia de significados que o insere ao seio sócio cultural do grupo ao qual pertence (DOUGAS; ISHERWOOD; 2009). Contudo, para além deste aspecto inexoravelmente cultural/identitário do consumo, damos destaque às teorias sócio culturais sobre identidade e pertencimento que dialogam com o contexto da cultura do consumo e da modernidade, nos lançando em um debate sobre a auto reflexividade, a construção de projetos identitários e a busca pelo pertencimento em uma sociedade global.

Abaixo apresentamos um quadro síntese com o conteúdo abordado junto aos entrevistados, no qual organizamos os principais temas discutidos em relação aos objetivos centrais da investigação. Nele podemos observar que a atribuição de sentido referente à imagem da Rua Augusta está relacionada à representação de um microcosmo da cidade de São Paulo, comportando, ainda, a continuidade de uma narrativa de nação que remonta ao ciclo do café e culmina na narrativa da cidade global. O



sentimento de pertencimento aparece fortemente ligado aos conteúdos da indústria cultural, que oferecem símbolos com os quais o cidadão desenraizado pode se relacionar e construir teias de sentido. Tais conteúdos (de massa) se organizam a partir de escalas temporais cotidianas ligadas à divisão entre o tempo do trabalho e o tempo do lazer. Já os projetos identitários dos sujeitos entrevistados aparecem vinculados ao posicionamento de resistência diante dos padrões hegemônicos experimentados na infância ou na adolescência, principalmente relacionados ao grupo familiar e ao grupo escolar, como padrões de representação de gênero, sexualidade e organização do trabalho. Neste sentido, a Rua Augusta se apresenta como um espaço tradicionalmente voltado para a contracultura e onde seria possível resistir aos códigos sociais moralizantes hegemônicos.

Quadro 1- síntese das entrevistas

Objetivos	Cidade como mídia (imaginários)	Cidade como mediação (materialidades)
Sentidos atribuídos à cidade/rua Augusta	<ul style="list-style-type: none">- Parte da história da cidade de São Paulo; significado que passa de geração para geração (continuidade da narrativa de nação);- Lugar icônico, próximo à Avenida Paulista. Há músicas e filmes sobre a Augusta (indústria cultural unificando a identidade nacional e homogeneizando-a);- São Paulo e Rua Augusta: lugar para viver o lazer e o trabalho: juventude (o poder cultural da imagem da “juventude”);- A cidade de São Paulo e a Rua Augusta expressam a diversidade das pessoas (microcosmo);	<ul style="list-style-type: none">- Uso para comércio e trabalho;- Uso para paquera e lazer;- Uso para prostituição e práticas ilegais como comércio de drogas;- Uso para balada e expressão de um estilo de vida “alternativo” “contra hegemônico”, “mente aberta”;- Vários grupos que dividem o mesmo espaço sem que haja confronto violento.
Sentimento de pertencimento em relação à cidade/rua Augusta	<ul style="list-style-type: none">- Lazer: Festas temáticas;- Trabalho e lazer: Novidades constantes;- Trabalho e lazer: Comércio;- Espaço de descobertas, da “primeira vez” de muita coisa;	<ul style="list-style-type: none">- Escolha por andar a pé como meio de transporte;- Praticar a flânerie: vagar sem propósito;- Facilidade de se estar sozinho devido às muitas atrações que a rua oferece como cinemas, lojas, bares, jogar bilhar, karaoke, casas noturnas, burburinho, etc. <p>Obs.: barulho, trânsito e violência;</p>
Projetos identitários assumidos em relação à cidade/rua Augusta	<ul style="list-style-type: none">- “ser diferente” do padrão de beleza feminino (meninas de salto);- “ser diferente” do padrão de trabalho empregado /chefe- “ser diferente” de um estilo de vida dependente do carro;- Ter acesso aos aparelhos culturais e aos espaços de lazer;	<ul style="list-style-type: none">- Poder trabalhar de modo autônomo;- Poder se desfazer do carro;- Poder acessar o lazer com maior intensidade e facilidade, visto que há muitos aparelhos culturais;

Fonte: Elaboração própria



1. ATRIBUIÇÃO DE SENTIDOS: a trajetória da Rua Augusta e a memória da cidade de São Paulo.

Os sentidos atribuídos à Rua Augusta relacionam a trajetória da via em relação à memória da cidade de São Paulo. Foram lembrados significados e usos da cidade durante os anos 1950, 1960 e 1970, quando a Rua era conhecida como uma local de luxo e de distinção social. Também foram mencionados os períodos subsequentes, entre os anos 80, 90 e 2000, época em que a rua passou por forte degradação urbana, principalmente as localidades próximas à região da Praça Roosevelt, expressa pelo fechamento dos estabelecimentos e a ocupação do espaço por garotas de programa e pessoas em situação de rua. Os relatos sobre o cenário atual centraram a qualificação da rua, em especial o baixo augusta, como local “alternativo”, “cult” e “contra hegemônico”, como veremos adiante.

Praticamente todos os entrevistados mencionaram o período áureo da Rua por volta dos anos 50. Dois deles, ambos na faixa etária dos 50+, afirmaram terem ido trabalhar na Rua Augusta em virtude da qualidade do comércio e do público que por ali transitava. Ambos os entrevistados não são naturais da capital, um deles é migrante de Pernambuco e a outra entrevistada é imigrante da Europa, inserindo os fluxos de migração e imigração que compõem a história de São Paulo no nosso debate e apresentando a Rua Augusta como um ponto de convergência destes processos históricos.

Os entrevistados de faixas etárias mais jovens também relataram a memória glamorosa da rua, aludindo aos comentários dos pais ou, até, a letras de músicas e filmes que retrataram aquele momento. Todos estes depoimentos nos permite acompanhar o desenvolvimento da cultura do consumo na cidade de São Paulo, ilustrando os signos de distinção que compunham a hierarquia social da época, tais como os tecidos finos, o peru de natal comprado na rotisserie Bologna, as roupas de ballet compradas na Galeria Ouro fino, etc., mencionados pelos informantes. Além disso, é interessante notar o modo como as próprias lembranças dos entrevistados se



ancoram em mercadorias, visto que eles mencionam marcas, produtos, estabelecimentos, ícones da indústria cultural, etc., mostrando que tais mercadorias da cultura do consumo servem como repositórios de memórias, sentimentos e sensações relativos à época, permitindo os sujeitos expressarem e organizarem seus pensamentos.

Quem tinha comércio na Rua Augusta tinha...era famoso, né?! / Antigamente era muito chique. / Na verdade, eu já conhecia a rua Augusta do meu pai, de criança. Ele gostava de vir pra cá passear de carro, aí sempre tinha gente ou tocando música pra conhecer a loja que era bem...era outra situação, era outro nível as lojas que tinham...era bonita, era famosa. Tinha muita gente que vinha de fora pra fazer compra na rua Augusta. / Eu comprava peru de natal no Bologna, os funcionários que trabalhavam lá conheciam minha mãe, meu pai. / Eu vivi todo o auge dela...do Roberto Carlos... a música que canta o Roberto Carlos sobre a Rua Augusta, sabe?! É um lugar com muita história (Depoimentos dos entrevistados).

A música “Rua Augusta”, composta por Ronnie Cord em 1963 e interpretada pelo grupo Jovem Guarda (que contava com o cantor Roberto Carlos), foi citada por muitos dos entrevistados como prova da legitimidade da simbologia da Rua Augusta na história da cidade de São Paulo. A música³ relata o auge da Rua Augusta com ênfase no público jovem que a frequentava, juntamente à presença do hábito da paquera e da transgressão cultural.

Muitas das lembranças positivas citadas pelos entrevistados sobre a gloriosa Rua Augusta do passado e retratadas nos produtos da indústria cultural da época se relacionam ao fato de a Rua ter se tornado o epicentro da cultura de massas e uma vitrine do ideal da cidade moderna. Sendo assim, os problemas relacionados ao trânsito, às inundações, à violência e aos conflitos dos grupos sociais que nela conviviam não encontravam lugar nos produtos da indústria cultural, salvo nas páginas dos jornais, que noticiavam os recorrentes problemas de trânsito da via, mas

³ Música: Rua Augusta. Autor: Ronnie Cord. Ano: 1963. Letra: Subi a Rua Augusta a 120 por hora / Botei a turma toda do passeio pra fora / Fiz curva em duas rodas sem usar a buzina / Parei a quatro dedos da vitrine / Hi, hi, Johnny / Hi, hi, Alfredo / Quem é da nossa gang não tem medo / Meu carro não tem luz, não tem farol, não tem buzina / Tem três carburadores, todos os três envenenados / Só para na subida quando acaba a gasolina / Só passo se tiver sinal fechado (Que legal!)



que não deixavam de romancear a informação, veiculando, por vezes, fatos variados - *faits divers* - (MORIN, 1981).

Entretanto, foi nos anos 80, 90 e 2000 que a transferência de grande parte dos signos que conferiam à Rua status de luxo migrou para os shoppings centers, contribuindo para a decadência comercial da via. Naquele período, a conjuntura urbana sofria grande transformação e problemas com a especulação imobiliária, contribuindo para que a região próxima ao centro entrasse em degradação, configurada pelo fechamento de estabelecimentos e a cristalização do local como polo de prostituição e de pessoas em situação de rua. Tal região ganhou, inclusive, uma alcunha específica: “baixo Augusta”, diferenciando-se da região da rua localizada no bairro do Jardins, mais distante do centro e menos decadente.

Embora o imaginário da degradação e da prostituição permaneça, como podemos perceber por alguns relatos⁴ citados nas entrevistas, a maioria dos entrevistados afirma que a principal distinção entre a região do baixo augusta e a região da rua augusta no bairro jardins atualmente é a imagem “alternativa”, “mente aberta”, “cult” e “contra hegemônica” relacionada àquela.

A maioria dos entrevistados caracteriza o baixo augusta pelo consumo de bares, festas e baladas, enquanto na região dos Jardins o consumo se relaciona principalmente a lojas de roupas. Cada uma destas práticas de consumo sugere uma maneira determinada de usar o espaço, de permitir a socialização e de se relacionar com o tempo. O bar, a balada e a festa sugerem um tipo de consumo voltado para a noite e para uma sensibilidade que dialoga com a boemia. Já as lojas da região dos Jardins se vinculam a um tipo de consumo diurno, voltado para uma prática identitária realizada por meio da apropriação de signos da moda e dos objetos da cultura do consumo. As roupas se tornam um discurso que o sujeito mobiliza em sua circulação pela cidade, contribuindo para o compartilhamento de um universo simbólico, para a construção de um sentimento de pertencimento e se configurando como uma instância sobre a qual se assenta a identidade do sujeito que por ali transita.

⁴ Trecho dos depoimentos das entrevistadas: “Eu falo ‘moro na Augusta, conhece?’ Aí sempre tem um engraçadinho que diz ‘No baixo Augusta? Ah, você faz um extra?’ / ‘Você lá na Rua Augusta com as piriguetes da vida?’, ‘Você na Rua Augusta? Logo ali naquele Vuco Vuco, naquele... que que você tá fazendo lá?’. ‘Tô trabalhando... mas não é o que você tá pensando (risos)’”.



Como a maioria dos nossos entrevistados se localizam no baixo augusta, focamos nossa análise nesta região e, dentre as principais constatações, pudemos observar que o local é qualificado majoritariamente como um espaço “alternativo”, um reduto das minorias, ainda que nelas se inscrevam novas formas de segregação. Neste sentido, o baixo augusta se configura como um espaço urbano em que as expressões contra hegemônicas podem experimentar a sensação de serem hegemônicas, conhecendo o que é possuir legitimidade e status, mesmo que tal sensação não ultrapasse das fronteiras do baixo augusta.

É tudo pessoal ‘alternativo’... roupa louca, cabelo louco...e eu não...sem julgar ninguém, mas eu ia dezoar lá dentro. / Há um padrão: quem vai na Rua Augusta é jovem. / No meu prédio tem muito velhinho e eles ficam incomodados com a sujeira, barulho e com o roubo. / Hoje a gente vê coisas que você não via antes, que dá até saudades do passado. Por exemplo, há 28 anos atrás a gente não via casal de homens e devia existir, mas não tinha essa popularidade. Mas a gente não pode nem fingir que acha esquisito porque gera confusão. Aí a gente acostuma com a realidade e toca pra frente. (Depoimentos dos entrevistados).

As carícias do casal homossexual e o cabelo pintado dos jovens se tornam o novo padrão social, ao menos naquele local. E, conseqüentemente, os valores heterossexuais, os cabelos sem tinta e a velhice passam a desempenhar o papel do “outro”, signos desvalorizados e de desprestígio, diante da emergência de uma nova referência de crença, legitimidade e valor.

2. SENTIMENTO DE PERTENCIMENTO: andar a pé, flânerie e circuitos midiáticos.

Inicialmente, esperávamos encontrar práticas de consumo relacionadas à construção do sentimento de pertencimento diferentes entre os entrevistados que frequentavam a Rua Augusta como local de trabalho dos que a frequentavam a rua como local de moradia, contudo esta discrepância não se verificou. Ambos os perfis de entrevistados relataram uma forma de consumo da Rua Augusta que se distingue das de outras partes da cidade de São Paulo devido à ênfase dada à experiência de caminhar a pé.

Tanto trabalhadores, quanto moradores vinculam o caminhar a pé à praticidade que a Rua Augusta oferece para a utilização do transporte público, facilitando o



acesso ao trabalho, serviços e lazer na cidade. Tal praticidade, contudo, extrapola sua finalidade, permitindo uma forma de socialização que coloca o corpo em contato com o inesperado da cidade, abrindo a possibilidade de operar nas brechas de um cotidiano urbano marcado pela impessoalidade e pela padronização, típico da sociedade capitalista.

Dá pra ir em todos os lugares a pé... E em São Paulo é difícil ter um lugar assim. Você sair da sua casa e fala 'nossa, vou sair e vou andar', sabe, e aí você anda 10 minutos e você chega na Livraria Cultura e aí você se perde lá dentro" Você vai andando e, de repente, poxa, 'posso ver um filme agora!' / Às vezes eu tenho que ir lá no correio central, aí eu vou lá... vai a pé e volta a pé... aí aproveita e vê Anhangabaú que tá bonito lá! / Vai pra cá, vai pra lá, vai pra cá, pra lá e aí acaba chegando onde eu nem esperava chegar. Agora já tô aqui... vamos passear mais, né?! / Eu gosto de caminhar, eu caminho na Paulista, né. Sempre tem alguém tocando. Tem um pessoal que toca violino, sabe, na Paulista tem de tudo. / Tinha sempre uma festa nova, um lugar novo que tava abrindo, era sempre uma novidade. / É bem raro as vezes em que eu vou do trabalho direto pra casa, eu sempre arrumo alguma coisa pra fazer...às vezes vou ao cinema, às vezes vou bater perna sem motivo, às vezes quando eu tô de bike eu venho até aqui e fico dando uma voltinha. / É bom, você se distrai, vai no cinema, livrarias, tem tudo perto. (Depoimentos dos entrevistados)

O caminhar a pé se relaciona a práticas de socialização cotidianas que vão desde ações pragmáticas como encontrar colegas de trabalho na hora do almoço ou parar em uma lanchonete com amigos enquanto o ônibus não passa até o caminhar sem destino nos momentos de lazer. Seja em trajetos mais longos ou mais curtos, os sentidos relacionados ao andar a pé dialogam com a possibilidade de se aproveitar pontos positivos da cidade, geralmente relacionados ao deleite com os produtos da indústria cultural, que se colocam nos trajetos dos sujeitos e que passam despercebidos quando se anda de carro.

A maioria dos entrevistados que mora na Rua Augusta se mudou para lá respondendo ao desejo de não mais utilizar o carro em seu cotidiano. Três entrevistados venderam seus carros e andam a pé ou de transporte público. O andar de carro é interpretado como um transporte que sugere uma experiência mecânica,



padronizada, automática, desencorajando o acaso e uma experiência afetiva junto à Rua. O andar a pé se apresenta, portanto, como uma prática de resistência a este tipo de funcionamento padronizado da grande cidade, tal como o flâneur, de Benjamin.

O sentimento de pertencimento da Rua Augusta se relaciona, portanto, a um estilo de vida sem carro, que permite que o sujeito se depare com “boas surpresas” ao circular pela Rua. Entre elas estão as novidades da cultura do consumo, novos restaurantes, lanchonetes, lojinhas, os filmes mais recentes em cartaz, novos artistas de rua tocando nas calçadas, festas com temáticas novas a cada semana, etc. A novidade faz parte da cultura do consumo, sugerindo periodicamente novos conteúdos para o consumidor se relacionar. O caminhar emerge como uma prática que permite aproximar os sujeitos destas novidades; primeiro, permitindo que ele as note, visto que circular de carro dificulta a percepção de tais novidades; e, segundo, permitindo que as temporalidades oníricas da cultura do consumo penetrem no cotidiano do sujeito, em seu circular pela cidade, favorecendo uma ruptura com o ritmo avassalador da metrópole.

Mais que isso, o caminhar a pé passa a ser indicador de status social, mostrando que o sujeito localizado na Rua Augusta tem a possibilidade de participar de rituais de consumo que subvertem a lógica automática da cidade, inserindo-os em um seleto grupo dos que podem se dar ao luxo de caminhar lentamente e sem destino pelas ruas da cidade, ostentando um dos maiores objetos de desejo de quem vive nas grandes capitais: tempo. O lazer, que acompanha esta flânerie, comunica um estilo de vida baseado na ostentação de poder usufruir o tempo a seu bel-prazer.

O “acontece de tudo”, “ver de tudo”, “tem sempre uma novidade” atribuídos à flânerie na Rua Augusta se relacionam ao circuito cultural composto pelas livrarias, cinemas, casas de shows, artistas de rua, etc., ali localizados. Assim, a indústria cultural, que está atrelada à própria dimensão do lazer nas cidades modernas, aparece como um aspecto que dialoga fortemente com a noção de diversidade atribuída à Rua e ao sentimento de pertencimento a este universo cultural em constante inovação.



Tal como sugeriu Garcia Canclini (2003), a revitalização do espaço público está diretamente relacionada à circulação de bens culturais. A abundância dos bens culturais existentes na Rua Augusta dá força à cena de sua diversidade. É importante salientar que tal abundância dialoga com circuitos culturais massivos e de nichos, permitindo a circulação de uma grande quantidade de narrativas acerca do lazer e do consumo de bens culturais.

Embora a Rua Augusta seja reconhecida pelo seu perfil diverso, como vimos anteriormente, e, por conseguinte, a maioria dos sujeitos esteja preparada para se deparar com manifestações de todo o tipo, sua realidade pode chocar. Entrevistados relatam problemas urbanos ligados ao tráfico de drogas, às pessoas em situação de rua, ao trabalho informal e à violência como um todo. Circunstâncias como estas fazem parte do cotidiano de quem mora e trabalha na Rua Augusta, mas que dificilmente são retratadas nos cartões postais ou em outros conteúdos midiáticos que tratam sobre o cotidiano das metrópoles globais. Pertencer à Rua Augusta significa ter que dialogar com estas possibilidades de choque.

2. IDENTIDADE: auto reflexividade e projetos identitários.

Giddens (2002) argumenta que foi a partir da modernidade que o sujeito passou a se dedicar profundamente na construção de sua biografia, posto que sua identidade já não era estabelecida pelo nascimento como em eras pré-modernas, mas por decisões deliberadas por ele próprio em sua conduta pessoal. A partir desse pensamento, podemos dizer que a vida do sujeito moderno passou a comportar pequenas escolhas, que delineiam suas identidades direcionando-as a um projeto identitário auto reflexivo específico.

Contudo, embora Giddens nos mostre que o projeto identitário adotado pelo sujeito moderno exija dele engajamento, Agnes Heller (2008) nos mostra que a estrutura da vida cotidiana não permite que as decisões ordinárias sejam moralmente engajadas. Isso porque, a estrutura da vida cotidiana é fundamentalmente orientada pelo caráter espontâneo, heterogêneo e hierárquico, favorecendo um contexto em que as decisões sejam tomadas segundo pensamentos pragmáticos, aproximados,



balizados por probabilidades e generalidades que visam o menor atrito possível. É por este motivo que Heller afirma que, quando o sujeito deve realizar uma escolha de moral, ele se encontra em estado acima da vida cotidiana, diante de uma catarse.

Assim, compreendemos que é impossível adotar o pensamento de Giddens sem que ele seja relativizado. Podemos observar a tensão entre o pensamento de Heller e Giddens quando nossos entrevistados relatam a passagem de um fato cotidiano e pragmático que ocorre em sua vida para um fato dotado de engajamento moral e potente dimensão política, se tornando, por vezes, a questão central sobre a qual se assenta o projeto identitário do entrevistado.

Eu nunca imaginei que teria uma livraria... não é muito doido?! A vida vai te levando, né... Mas, por quê? Por aquele impulso de não querer trabalhar pra ninguém além de mim mesma. / Eu sou uma pessoa que tenta aproveitar bem a cidade. Tudo que tá acontecendo. Tenho pra mim que, assim, eu faço muito por prazer, mas é uma decisão quase que política. É uma afirmação de, assim, possuir a cidade mesmo, de você se apropriar disso, né. Pra mim é... que tem a ver com a minha história mesmo, né. / O pessoal vem de longe pra curtir a Augusta, o que eu acho lindo, eu acho muito legal, até porque, poxa, eu vim da periferia, eu sei como é importante a gente ter um lugar pra chamar de nosso, mesmo que seja longe de casa, sabe. / Começou muito como uma brincadeira, mas aquilo foi crescendo e agora virou o meu trabalho. (Depoimento dos entrevistados).

Dentre as falas destacadas acima, destacamos o depoimento de um entrevistado nascido no ABC Paulista que relatou sua mudança para a Rua Augusta como um renascimento, visto que no local onde morava ele não sentia dispor de recursos suficientes para aproveitar a cidade. Ao se mudar para a Rua Augusta ele se sentiu realizado, pois os estabelecimentos de lazer eram como extensões da sua casa, espaços pelos quais ele podia circular sem a menor dificuldade. Experimentar uma vida com fácil acesso ao lazer passou a ser uma bandeira pessoal do entrevistado como forma de resistência a uma política institucional urbana que enxerga o espaço público como um local inerte. Por conseguinte, ele adotou algumas práticas cotidianas que expressam seu apoio à ocupação do espaço público com o objetivo de promover uma experiência mais afetiva e lúdica com a cidade, como o uso de bicicleta e a



ocupação das ruas da cidade como a Avenida Paulista, a feirinha do Bixiga, etc. Citamos este entrevistado como um exemplo do que Castells (2000) denomina de “política de identidade”, visto que este sujeito se comporta como um ator social coletivo na medida em que deseja “construir um projeto de vida diferente, porém expandindo-se no sentido de transformação da sociedade como prolongamento desse projeto de identidade” (2000, p. 26).

A partir de Castells entendemos que as políticas de identidade estão centradas em categorias de auto definição identitária como o estilo de vida, a sexualidade, as questões étnicas, etc. Neste sentido, citamos outras entrevistadas que se mudaram para a Rua Augusta buscando um local onde pudessem definir suas identidades segundo padrões de gênero, sexualidade e modo de organização do trabalho diferentes das que elas conheciam na cotidianidade familiar da qual originaram.

Segundo Garcia Canclini (1998), as manifestações pós-modernas não possuem um paradigma como referência e nem possuem a intenção de construí-lo. São movimentos profundamente ligados ao tempo presente, manejando signos e recombinao épocas e culturas sem respeitar uma sequência real, hierarquia de valores ou padrões de leitura.

Neste jogo de “montar e desconstruir imagens” (SLATER, 2002, p. 192), aparentemente desprezioso e descompromissado, inscrevem-se novas normas de convivência, menos óbvias e mais difusas, caracterizando o que Garcia Canclini (1998) nomeou de “poderes oblíquos”, uma nomenclatura que se justifica por se tratar de uma dinâmica de poder em constante circulação pelo globo, difundindo-se pelas redes materiais e imateriais que compõem a sociedade globalizada. Entretanto, a “obliquidade”, ou seja, o atravessamento de espaços (alheios) resultante deste poder circulante, exige perguntar quem tem acesso, competência e capacidade competitiva para disso participar de forma a legitimar identidades no cenário global. Conforme nos adverte Garcia Canclini (2003), a globalização coloca o mundo em diálogo, mas não sob as mesmas condições, gerando novas formas de segregação e violência.



Pudemos perceber que não há um sujeito a priori e nem uma cidade a priori. O que existe é uma troca contínua e ininterrupta entre a história da cidade e a história de vida do sujeito. Assim, o sujeito consome os imaginários da cidade e, ao fazê-lo, coloca as identidades da cidade a serviço da construção de seu próprio projeto identitário, constituído pelas memórias, competências e imaginários pessoais do sujeito. Paralelamente, e dialeticamente, o sujeito consome as materialidades da cidade em seu uso diário do espaço urbano e, ao fazê-lo, coloca suas identidades pessoais a serviço da construção das identidades da cidade. Uma troca que continua *ad infinitum*.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao refletir sobre os imaginários da cidade de São Paulo, pudemos verificar o quanto ele ainda é pautado na representação da cidade como máquina, valorizando a eficiência dos fluxos de circulação e a segregação dos espaços. No que se refere aos usos cotidianos da cidade, eles são ainda orientados pela rígida fronteira entre a temporalidade do trabalho e a do lazer. No entanto, destacamos que as práticas identitárias cotidianas dos sujeitos que circulam pela Rua Augusta ocorrem nas brechas dos padrões hegemônicos, permitindo a emergência de espaços que se apresentam como discursos contra hegemônicos, a partir dos quais é possível que sejam estabelecidos outros padrões sociais. Neste sentido, a própria ordenação da cotidianidade do sujeito localizado na Rua Augusta se torna política, uma luta por auto realização e auto fruição da personalidade diante de uma lógica urbana que convida ao automatismo. Como vimos, o consumo material e midiático serve como referência para a organização da vida cotidiana, para a constituição dos ritmos e das temporalidades diárias, categorizando e hierarquizando as relações sociais. Neste sentido, a Rua Augusta nos mostra que a abundância de circuitos midiáticos de diferentes naturezas, globais e locais, principalmente voltados ao lazer e ao consumo de bens culturais, contribuem para a emergência de sociabilidades contra hegemônicas, que possam romper com a lógica padronizada, mecânica, e favorecer a



revitalização do espaço público, permitindo, quem sabe um dia, a emergência de uma nova lógica urbana, mais diversa e mais afetiva.

Referências

BACCEGA, Maria Aparecida. **Comunicação e linguagem**: discurso e ciência. São Paulo: Moderna, 1998.

BAKHTIN, Mikhail. **Marxismo e filosofia da linguagem**. São Paulo: Hucitec, 2002.

BENJAMIN, Walter. **Walter Benjamin**: sociologia. São Paulo: Ática, 1991. (Grandes Cientistas Sociais, n.50).

CASTELLS, Manuel. **O poder da identidade** - a era da informação: economia, sociedade e cultura. Vol.2. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

DOUGLAS, Mary; ISHERWOOD, Baron. **O mundo dos bens**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2009.

FERRARA, Lucrécia D'Alessio. Cidade: meio, mídia e mediação. **Revista Matrizes**. São Paulo, ECA/USP, Ano 1, n. 2, 2008, p. 39-53.

GARCIA CANCLINI, Néstor. **Consumidores e Cidadãos** – conflitos culturais da globalização. Rio de Janeiro: UFRJ, 2010.

_____. **A globalização imaginada**. São Paulo: Iluminuras, 2003.

_____. **Culturas Híbridas**. São Paulo: EDUSP, 1998.

GIDDENS, Anthony. **Modernidade e identidade**. Rio de Janeiro: Zahar, 2002.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2011.

HELLER, Agnes. Estrutura da vida cotidiana. In _____ **O cotidiano e a história**. 8ª ed. São Paulo: Paz e Terra, 2008.

HOBSBAWN, Eric. **A era das revoluções 1789-1848**. São Paulo: Paz e Terra, 2009.

MORIN, Edgar. **Cultura de massas no século XX**: o espírito do tempo I – neurose. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1981.

ORLANDI, Eni P. **Análise de discurso**: princípios e procedimentos. Campinas (SP): Pontes, 2003.