



Culturas juvenis, identidades e estilo de vida: o que é ser “alternativo” no Baixo Augusta/São Paulo?¹

Simone Luci Pereira²
PPGCOM UNIP e PPGCOM ESPM

Everton Vitor Pontes³
PPGCOM UNIP

Resumo

A pesquisa em tela versa sobre a construção de identidades ligadas a um “*ethos* alternativo” entre jovens frequentadores da região do Baixo Augusta em São Paulo. Articulando práticas de consumo (em suas lógicas de produção e recepção), cenas musicais, moda e estilos de vida, buscamos compreender estas experiências e imaginários juvenis (por meio de etnografia e entrevistas em profundidade) que compõem identidades e formas de consumir alternativas ao *mainstream* e à cultura hegemônica, reposicionando e ressemantizando noções de resistência juvenil que se esboçam não apenas pelo enfrentamento, mas por negociações entre as lógicas dominantes e as astúcias cotidianas, perfazendo-se em ações de teor político, estético e performativo.

Palavras-chave

alternativo; culturas juvenis; estilo de vida; consumo

Esta comunicação apresenta aspectos da etnografia que vem sendo realizada no Baixo Augusta⁴ (São Paulo/SP), na qual priorizamos aspectos de uma “cultura alternativa” que se mostra uma das principais características assim denominadas pelos frequentadores desta região

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho COMUNICAÇÃO, CONSUMO E NOVOS FLUXOS POLÍTICOS: ativismos, cosmopolitismos, práticas contra-hegemônicas do 6º Encontro de GTs de Pós-Graduação - Comunicon, realizado nos dias 14 e 15 de outubro de 2016.

² Professora e Pesquisadora do PPGCOM UNIP e do PPGCOM ESPM. Doutora em Ciências Sociais – Antropologia (PUC/SP, 2004). Pós-Doutora em Música (UNIRIO, 2013). Pós-Doutora em Ciências Sociais, Niñez y Juventud (CLACSO, 2016). Vice-coordenadora do Centro de Estudos em Música e Mídia (MUSIMID). simonelp@uol.com.br

³ Mestrando do PPG Comunicação e Cultura Midiática da UNIP (Bolsista CAPES/PROSUP). Graduado em Design de Moda pela UNIBAN e em Artes pela Claretiano. Pós-graduado em Jornalismo Cultural pela FMU. tonfetter@hotmail.com

⁴ Parte da rua Augusta localizada entre o cruzamento com a Avenida Paulista e o centro da cidade. Esta área é assim reconhecida pelos seus frequentadores e moradores como diferenciada de outras partes da mesma rua, em que a ênfase recai sobre seu caráter boêmio, juvenil, alternative, *underground*. Utilizaremos na pesquisa as noções de território e região (Haesbert, 2002) para abordar esta área da cidade.



da cidade investigados nesta pesquisa. A investigação caminha por três principais eixos que ajudam a elucidar e compreender como se articula essa “cultura alternativa” nesta localidade.

Um primeiro é a moda, que abrange as questões estéticas, seus usos e apropriações de imagem e imaginário de diferentes estilos, mesclando-os e/ou resinificando objetos, conceitos e tendências presentes em seus vestuários, acessórios, penteados e demais signos que ajudam a construir diversas identidades presentes nesses grupos. O segundo eixo gira em torno das cenas (Janotti e Sá, 2013) e circuitos musicais (Herschmann, 2013), que se mostram como outro elemento fundante que ajuda a definir ainda mais os estilos e pertencimentos destes grupos, podendo apresentar mesclas, confluências e conflitos de vários gêneros musicais. Esse eixo também se faz importante ao analisar como a música pode ser capaz de agrupar (ou segregar) grupos de pessoas que escutam e consomem um mesmo gênero/estilo musical, sendo um forte referencial que ajudam a definir estilos, gostos e identidades, manifestando-se nas roupas, atitudes, lugares frequentados.

O terceiro eixo baseia-se na noção de “estilo de vida” (Giddens, 2002), que diz respeito às escolhas que indivíduos e grupos devem realizar frente à variedade de possibilidades abertas pela Modernidade, ligadas ao consumo e à constituição de auto identidade. Junte-se a isso a noção de distinção (Bourdieu, 2007), que garante capital simbólico aos grupos. Diante desse contexto, para se pensar como se constituem as confluências mantidas entre os grupos do Baixo Augusta, temos que levar em conta as ações cotidianas desses grupos, focando principalmente em seu consumo/lugares frequentados. Tais confluências são constituídas, ainda se atendo aos conceitos de Bourdieu (2007), por meio de capital econômico, capital social, capital cultural e capital simbólico, que se mostra como um dos aspectos mais importantes ao se pensar esses grupos que constituem o Baixo Augusta, sendo tudo aquilo que constitui as características que outorgam prestígio e diferenciação dos demais no ambiente social. Por meio dessas mesclas de valores, estilos, referências e conceitos, é que se dão as diferentes junções que definem o que se pretende aqui denominar como “*ethos*-alternativo”, pensando também as práticas dadas por esses grupos aos usos e apropriações de cada produto e serviço consumido.

Lembramos ainda, que junto à noção de estilo e vida e distinção, que incidem neste “*ethos* alternativo” investigado, está a presença das culturas juvenis. Os grupos sociais aqui



enfocados fazem parte daquilo que Feixa (1996) tem conceituado como “culturas juvenis”, ou seja, a maneira com que as experiências sociais dos jovens são expressas coletivamente mediante a construção de estilos de vida distintivos, localizados fundamentalmente no tempo livre ou em espaços intersticiais da vida institucional, colocando no centro do debate questões de identidade, vida cotidiana e protagonismos destes atores. Acrescentamos ainda que as noções de juventude e culturas juvenis devem ser pensadas levando em conta o caráter fluido e permeável dos grupos, nos quais ressaltam-se a diversidade e a pluralidade das experiências sociais.

Buscamos compreender a articulação existente entre estes três eixos (moda, cenas/circuitos musicais e estilos de vida) na cultura juvenil, não encarados de maneira separada ou autônoma, mas em seus processos de articulação e conflito que conformam este “*ethos* alternativo” em seus modos de experimentar a cidade e a cultura do consumo (material e simbolicamente). Ao se pensar estes eixos interligados no ambiente que compõe o fluxo dos frequentadores e/ou moradores do Baixo Augusta (focando principalmente no fluxo noturno formado por grupos juvenis), percebe-se que a região reúne uma grande pluralidade de referências e estilos em um único lugar, o que permite intercâmbios culturais que proporcionam possíveis hibridismos formados por diversas referências e de diversas formas, numa certa flexibilidade em construir estéticas, identidades e estilos diversificados (*retrô* e o vanguardista; clássico e moderno, entre outros).

Sub-culturais, resistentes, alternativos

Bastos (2016) propõe uma discussão a respeito da Rua Augusta como polo referencial urbano, no que tange à sua construção como imaginário e identidade para seus moradores e frequentadores. A autora pensa nas mútuas influências entre o sujeito e o imaginário da Rua Augusta: a partir do momento que o sujeito consome e absorve referências vindas da Rua Augusta e de sua representatividade (ainda que imaginada), ele está retroalimentando este imaginário e colocando sua identidade a serviço da identidade construída pelo espaço urbano. Bastos percebe a presença representativa dos signos e das materialidades relacionada ao *vintage*



e ao *retrô* como sendo algo explorado pela cultura de massas para suprir uma carência existencial da representatividade do imaginário “alternativo”.

Embora reconheçamos que, de fato, haja estratégias do mercado de moda, gastronômico e musical em se alimentar deste desejo de distinção que se faz presente nas lógicas das culturas juvenis e urbanas na atualidade (e presentes no âmbito do Baixo Augusta), postulamos uma compreensão destas práticas culturais e de consumo à contrapelo: ou seja, sem desconsiderar as lógicas de produção estratégicas na formação de nichos de mercado para além da cultura de massas, buscamos compreender as maneiras de apropriação que jovens frequentadores deste universo elaboram na lógica dos usos, re-significando muitas vezes os elementos lançados desde cima. Nesta lógica dos usos, vão se esboçando identidades e estilos de vida que se querem fora dos padrões do *mainstream* e da cultura hegemônica massiva, criando hábitos de consumo cultural e material não hegemônicas que se querem “alternativas”. Estes hábitos contemplam questões de consumo, maneiras de usar a cidade, formas de socialidades e estéticas diversificadas, criadas ou re-significadas por esses frequentadores da vida noturna do Baixo Augusta.

Ao se pensar moda, música/cena musical e estilo de vida dentre esses grupos, vem sendo possível perceber que existe uma diversidade que permite que exista esse fluxo constante de trocas e mesclas entre os estilos; uma mescla de referenciais que se dá pela ação dos próprios grupos. Obviamente não se pode ignorar a ação de um mercado que se modifica e se adequa constantemente para atender os desejos destes grupos. No entanto, existem formas de negociação, em que estes jovens vão se apropriando de produtos, serviços e imaginários oferecidos por esse mercado, por meio de diferentes usos.

Guiamo-nos aqui, pela perspectiva gramsciana de cultura como campo de luta, disputas, apropriações e negociações presentes nas considerações dos Estudos Culturais Britânicos (Escosteguy, 2001). Tal conceituação nos ajuda a perceber e analisar as negociações conflituosas existentes entre os diferentes grupos sociais, os grupos dominantes, a cultura hegemônica/*mainstream*. Nesta noção de negociação, reposicionam-se ou ressemantizam-se noções de resistência cultural vistas como puro enfrentamento ao hegemônico ou algo autônomo e revolucionário, para dar espaço a uma noção de resistência que se faz nas fímbrias,



no cotidiano, nas apropriações inesperadas e não programadas dos grupos juvenis frente às lógicas de produção, como é o que vimos percebendo entre os jovens frequentadores do Baixo Augusta.

Freire Filho (2007) se refere ao conceito de resistência como algo camaleônico, que deve ser compreendido na sua dinâmica histórica, ainda mais quando se refere às formas de resistência de grupos juvenis e na cultura. Se nos anos 1970, a segunda geração dos Estudos Culturais britânicos focou-se nas formas subculturais de atuação resistente de grupos juvenis como *punks* e outros, pela via da contestação política da classe trabalhadora, a década de 1990 já via surgir o que o autor chama de estudos pós-subculturais juvenis (2005), reposicionando a noção de resistência para pensar as formas de negociação das identidades ligadas às culturas do consumo. Nesta crítica aos estudos pioneiros sobre as subculturas juvenis, Freire Filho lembra que o argumento girava em torno do fato de que frente à volatilidade de estilos, modas e identidades, eram necessárias ferramentas conceituais que dessem conta das sensibilidades e multiplicidade de referências envolvidas nas práticas culturais juvenis, reavaliando a relação entre jovens, música, moda, estilo de vida, identidade e mídias,

Certeau (1994) nos auxilia a pensar nestes processos culturais e de consumo aqui analisados com as noções de “tática” e “estratégia”. Segundo ele, as táticas são as astúcias cotidianas dos grupos sociais e de indivíduos que burlam o que lhes é imposto, de maneira subreptícia e subliminar; já as estratégias são os planejamentos e adequações esquematizadas pelo/no mercado e/ou instituições sociais, confabulações minuciosas que tem o intuito de atingir um determinado objetivo. As relações entre esses grupos juvenis do Baixo Augusta e o mercado que os atende é uma negociação constante entre estratégias mercadológicas em tentar enquadrar esses grupos em um nicho de mercado, e os usos e táticas criadas por estes grupos para burlar, subverter ou resistir esse sistema criando constantemente novos conceitos e tendências a serem explorados pelo mercado, dando diferentes usos e apropriando-se de diferentes formas. Conjugam-se aí lógicas diversas de incorporações, seduções e variadas formas de resistência, sem reduzir estas práticas a oposições dicotômicas. Na relação múltipla e no modo reflexivo e dinâmico com que os jovens lidam com as várias modalidades de mídia são constituídos novos grupos subculturais ou alternativos que têm nuances e contradições



internas diversas, sendo impossível reduzi-los a uma só narrativa de “integração ao sistema” ou de, contrariamente, “resistência” unívoca.

Esse constante conflito é o que proporciona negociações que compõem todo esse cenário do Baixo Augusta, seja na moda, na música/cena musical ou no estilo de vida desses grupos juvenis, estando presente em cada produto ou serviço oferecido por esse mercado em constante mudança, seja nos bares, nos restaurantes, nos *food trucks*, nas casas noturnas/baladas, nas lojas/galerias de roupas, acessórios, artigos de decoração e design, nos salões de beleza, entre tantos outros possíveis segmentos que o mercado do Baixo Augusta proporciona a quem o frequenta.

Ainda pensando a sociabilidade construída pelos grupos que se querem “alternativos” no Baixo Augusta, como já dito anteriormente, existe uma constante troca de referências, conceito e estilos entre os grupos. Tais trocas podem ser observadas, por exemplo: mas mesclas de diferentes gêneros musicais que estes jovens passam a consumir, frequentando ambientes ligados a esses gêneros e que podem ser totalmente distintos; essas misturas passam a se manifestar em suas características identitárias, projetando-se tanto na estética proporcionada pela moda, quanto nas atitudes e hábitos presentes em seus estilos de vida. É no uso e nas apropriações desse constante fluxo de diferentes referências identitárias, que passam a se criar essas diferentes culturas por meio de hibridismos e ressignificações.

Neste sentido, aliado ao conceito bourdiano de distinção, a noção de onivorismo cultural (Peterson e Kern, 1996) nos auxilia a compreender estas práticas de consumo juvenil no Baixo Augusta. Este onivorismo se refere a um ecletismo dos gostos, articulado a uma certa lógica cultural global que valoriza gostos e consumos do que é exótico, diferente, não legitimado (e não apenas do que é considerado clássico nos padrões ocidentais), numa assimilação do novo e da diferença que vai ganhando espaço e legitimação.

Ao compreendê-los como “alternativos” a pesquisa visa principalmente refletir sobre estas formas de resistências táticas, em negociação com elementos *mainstream* e não apenas pelo puro enfrentamento. E mais, salientamos aqui o caráter político de tais ações e de tais imaginários “alternativos” seja nas formas de se apropriar e experimentar a cidade, seja no uso astucioso dos elementos da moda e da cultura de massas, seja criando estilos de vida em que



corporalidades e socialidades outras se articulam. Um alternativo, assim, que se perfaz na negociação, construindo formas não hegemônicas (e não necessariamente contra hegemônicas) de consumir, viver e imaginar. Um desafio analítico, desta forma, ao perceber que o alternativo não está totalmente desvinculado do mercadológico, do *mainstream* e do institucional, mas dialoga e negocia com estes elementos, dando-lhes outros sentidos.

Estudando as relações entre juventude e consumo, Rocha e Pereira (2015) buscam compreender formas alternativas com que grupos críticos do sistema e das narrativas capitalistas fazem uso de suas próprias estruturas de maneiras variadas. Ainda que como ativistas, alternativos ou engajados este grupos rechacem dinâmicas e lógicas de funcionamento do capitalismo e das indústrias culturais, ao mesmo tempo utilizam de diferentes ferramentas e conteúdos midiáticos num esforço de distinção e de proposição de alternativas de funcionamento ao próprio capitalismo e às sociedades pós-industriais. Assim é que vão se esboçando maneiras de consumir dotadas de sentido político em formas de resistências que negociam, articulando formas de performar as identidades, gerar socialidades e habitar territórios da cidade.

Dessa forma, a “cultura alternativa” é assumida aqui como um conceito “sob rasura”, tal qual nos sugere Stuart Hall (2000) ao pensar identidade. “Sob rasura” é uma denominação dada a um processo que se mantém e permanece sempre em construção ou reestruturação, completando-se ao conceber novos conceitos, influências e características que possam ajuda-lo a ser definido, sem delimitá-lo e torna-lo estático. Ao usar o termo “sob rasura”, Hall (2000) pensa a identidade como um processo que mantém uma fluidez constante e, assim como ele, enxergamos a “cultura alternativa” como forma de representação dinâmica que mantém-se sempre como “ponto de sutura” (Hall, 2000) entre elementos mais hegemônicos em negociação com formas outras de consumir e experimentar a cultura. Assim, a “cultura alternativa” passa a ser uma manifestação cultural, articulando estilos de vida distintivos que constroem suas identidades de maneira seletiva e arquitetada, trazendo múltiplas formas de socialidades, e maneiras de ser e viver construídas por esses grupos juvenis.

Um ethos alternativo?



O debate sobre o “alternativo” na cultura e nos meios de comunicação tem em seu histórico as discussões sobre imprensa e comunicação “alternativa” nos anos 1970, onde era sinônimo de “popular”, “engajado”, “comunitária”, “independente”. Enfim, num contexto ditatorial vivido no país naquele momento, o alternativo ganhava fortes cores de autonomia e de contestação ao *status quo* e como canal de expressão e info-comunicativo frente aos grupos midiáticos hegemônicos comerciais ou estatais e às instituições em geral. Com a redemocratização no Brasil, já na segunda metade dos anos 1980, o “alternativo” ligado à comunicação vai se objetivando em comunitário, ligado a movimentos sociais, ONGs, rádio-escolas, imprensa universitária, etc. (Peruzzo, 2008).

No entanto, a noção de “alternativo” que aqui trabalhamos a partir do tema estudado trata de estilos de vida e consumo que se querem alternativos, numa possibilidade de ser um outro – sugerido pela própria etimologia da palavra. Nesta perspectiva, uma ética alternativa de vida se daria, como temos observado, no consumo consciente e crítico (como se vê nas entrevistas), em maneiras de fugir ao *mainstream* massificador na moda e nos gostos musicais, em formas mais tolerantes e inclusivas no comportamentos. Enfim, uma noção de invenção e performatividade das identidades nas culturas juvenis.

Um jeito de ser e viver alternativo, no entanto, que não necessariamente se coloca totalmente autônomo e independente às mídias e às lógicas de produção mercadológicas massivas, mas que negocia com elas, elaborando nas fímbrias e nos subtextos cotidianos o seu “*ethos*” resignificante. Claro que pesam aí, o prestígio que o minoritário e exclusivo outorgam a quem os consome. E isso é parte das dinâmicas presentes nas subculturas juvenis ligadas ao estético e performativo na moda e na música (Thornton, 1995). Outro aspecto a ser considerado, ao menos no que tange à música e às cenas musicais contemporâneas é que, se até os anos 1990 era mais fácil perceber uma nítida separação entre *majors* e *indies*, esta separação não é tão clara hoje, havendo uma grande rede capilar que envolve diferentemente aos grandes e aos pequenos produtores e músicos (Herschmann, 2011). Desta maneira, a noção de “alternativo” (Pereira e Borelli, 2015) surge como nomeação (ainda que precária ou “sob rasura”) e designação a estas práticas midiáticas, culturais, de consumo que envolvem as



culturas juvenis contemporâneas feitas da negociação e presentes nas identidades que os jovens analisados frequentadores do Baixo Augusta parecem assumir.

De acordo com Hall (2000), as identidades são sempre um “ponto de sutura”, uma negociação constante, entre elementos mais normativos, institucionais e hegemônicos em conflito e costura com formas mais inventivas de ser, estetizar-se e subjetivar-se. Pensando nestas questões que envolvem a construção de identidades dos jovens que compõem a cultura alternativa do Baixo Augusta, percebemos uma constante busca por construir uma imagem e um imaginário identitário “alternativo”, que se quer não hegemônico, minoritário, não massivo, mas que dialoga com símbolos e estéticas da cultura mais hegemônica e mercadológica. Neste sentido, a elaboração e articulação das identidades mostra-se tarefa de complexa e importante compreensão, dados seus contornos não totalmente explícitos e muito dinâmicos, uma vez que o “alternativo” é sempre referencial, ou seja, em relação a algo, e por isso, sempre em mudança e rearranjo de posições.

A Etnografia

As primeiras incursões ao Baixo Augusta foram de observação, em que se buscou perceber e absorver elementos ali presentes, que de um modo geral, dentre o constante fluxo e excesso de informações, passavam despercebidos. As primeiras observações se deram no período entre julho e setembro de 2015, em diferentes horários, sendo em sua maioria no período da noite/madrugada, sempre nos finais de semana (geralmente sextas e sábados), que são os dias em que se tem um maior fluxo de pessoas na região; algumas vezes ao entardecer/início da noite, outras vezes à noite e de madrugada. Em outros momentos foi feita a observação do Baixo Augusta aos domingos à tarde enquanto a luz do dia ainda se fazia presente. E por duas vezes a observação foi feita durante os dias de semana (nesses mesmos horários), onde pôde-se perceber que existe um grande contraste com o circuito noturno que compõe esse cenário.

Em um segundo momento, entre outubro de 2015 e janeiro de 2016, a pesquisa passou a ser de maior imersão, frequentando alguns dos estabelecimentos existentes na região com o



intuito de realizar entrevistas e coletar dados para compara-los com a percepção que se vinha elaborando até então a respeito das confluências mantidas entre os grupos que ali frequentam.

Como um dos principais eixos da pesquisa trata do mapeamento da cena musical múltipla e diferenciada que compõe a região, um dos principais focos de observação foi a percepção da paisagem sonora que, segundo Pereira e Borelli (2015), constitui aquilo de que se compõe os sons que ecoam no ambiente e como esses sons são ouvidos por quem está presente no mesmo. A paisagem sonora torna-se algo a ser sensorialmente percebido, contemplando todo e qualquer som/ruído que componha uma espécie de “orquestra urbana” (que não se quer harmônica ou harmoniosa, mas sim dissonante e conflitiva, como sublinham as autoras) formada por toda manifestação audível; o objetivo era caminhar pelas calçadas e perceber as diferentes referências sonoras vindas de todos os lados.

Uma das principais características que se pode observar, pensando a sonoridade presente ao caminhar pelo Baixo Augusta e suas imediações, era a mudança constante de gêneros musicais. Por exemplo, ao caminhar de uma calçada até outra, o *rock* que se ouvia passa a ser música de fundo de um *funk* que passa a predominar aquele espaço; e seguindo caminhando, a música predominante ali já não é mais o *funk*, mas sim um *indie*. Os sons vem de diferentes fontes, ora de um bar, ora da entrada de uma balada, ora de um carro que passa, ora do celular de um grupo de pessoas que faz uso do aparelho para cantar junto ou apenas rir, divertir-se e socializar no meio da calçada.

Ainda segundo Pereira e Borelli (2015) ao pensar o espaço como um território urbano delimitado simbolicamente para além de sua existência material, temos a presença de um circuito constituído por diversos elementos que transmitem uma respectiva mensagem, podendo ser lido e interpretado de diversas maneiras. Tendo em seus processos de territorialização e reterritorialização do meio urbano perante a vida cotidiana dos grupos que frequentam o ambiente em questão, as territorialidades de um espaço que apresenta múltiplas culturas em sua composição, passa a ser lido como sendo um espaço social híbrido. Desse modo, o território que contempla as imediações do Baixo Augusta, em suas diversas referências culturais em coexistência, passa a compor um mosaico de sobreposições e entrecruzamentos que concebem identidades múltiplas/híbridas em confluência e conflito.



Além das características intrigantes em se ter uma pluralidade cultural tão diversificada em um espaço potencialmente pequeno, outro aspecto que chama muito a atenção auditiva, está presente na fala das pessoas, seja nas gírias vindas de diversos e distintos grupos sociais e culturais, seja nos diferentes idiomas (espanhol, inglês e outros).

Além desses aspectos, a sonoridade que ecoa nas ruas da região, muitas vezes surpreende, nos levando a diferentes épocas através dos sons encontrados em casas noturnas especializadas em um específico tipo de música, como por exemplo, o *rock* clássico que já não é um gênero musical que está presente nos meios massivos. Essa característica do Baixo Augusta de mesclar temporalidades e sonoridades diversas, está presente em outros elementos, podendo ser observada tanto nas roupas/estilos das pessoas que ali frequentam, quanto nos objetos que adornam os vários ambientes das lojas/galerias, bares, baladas, entre outros.

Neste sentido, as diversas temporalidades existentes em cada formação cultural propostas por Williams (1979) se fazem presentes aqui. Dominante, residual e emergente surgem como elementos temporais em luta por hegemonia e numa constante dinâmica no interior dos circuitos culturais como os que aqui analisamos. Segundo Williams, entre os elementos residuais, verificamos aqueles elementos do passado, reconhecidos como antigos, mas que ainda se fazem presentes na atualidade; entre os emergentes, temos aquilo que é novo ou potencialmente novo numa cultura, apontando para formas, valores, estéticas inovadoras ou até contra hegemônicas; e entre os dominantes, temos aquilo que é hegemônico numa cultura, em elementos com forte predominância. E estes três elementos se acham em constante dinâmica e luta por espaço, trazendo o componente diacrônico da cultura, trocando de posições de dominância a todo momento. Nesta fluidez que articula elementos da cultura de massas e hegemônica até aqueles mais inovadores e fora dos padrões (na moda, no estilo de vida ou nas cenas musicais) vai se compondo este “*ethos*-alternativo” entre grupos juvenis no Baixo Augusta.

Na moda e na música presente na região, há muitas influências do *vintage* e do *retrô*, mesclando tais influências com elementos vanguardistas, que aludem a um consumo do passado e a uma sedução pelo antigo em grupos juvenis contemporâneos como indicio de um certo regime de temporalidade presentista e nostálgico (Pereira, 2014). E é nessa mistura de



conceitos e referências tão disparees que se constitui esse “*ethos*-alternativo” do Baixo Augusta que mantem uma relação conflituosa, de incorporação e resistência com as lógicas mercadológicas e a cultura de massas. Obviamente existem delimitações e segregações entre os grupos; no entanto, existe uma fluidez ao se observar as mesclas de estilos.

Em um segundo momento durante a etnografia, passou-se a interagir com os frequentadores, o que possibilitou algumas entrevistas. Em uma dessas entrevistas uma jovem cheia de tatuagens, batom preto, maquiagem carregada, com o cabelo característico da cantora Amy Winehouse, a principio poderia ser estereotipada como uma “roqueira clássica”; no entanto, ela nos diz que seus gêneros musicais favoritos iam além do *rock*, ouvindo também, samba, música latina e *funk*. O que pode ser observado em suas roupas, representado por seu short extremamente curto, característica estética dos *looks* das “funkeiras”, mas também de roqueiras. Num onivorismo cultural eclético distintivo já aludido.

Essas mesclas de diferentes estilos presentes nas formas de se vestir e até mesmo nas atitudes, podem ser vistas em tantos outros frequentadores da região. São misturas de referências do mundo da moda que caracteriza bem certos estilos musicais, mesclando esses signos e os resignificando para compor e expressar suas diversas e múltiplas identidades.

Tal característica nos faz perceber que o que motiva esse “*ethos*-alternativo”, é o desejo por se diferenciar e construir cada um, uma identidade singular, e que ainda que se torne um modismo e passe a ser replicado pela cultura de massas, esses grupos modificam-se novamente, deixando de lado certas tendências, apropriando-se de novas, e muitas vezes, resignificando tendências antigas, sempre com o intuito de se diferenciar da cultura hegemônica. E além disso, sempre dando usos e apropriação diferentes às referencias que absorvem da cultura hegemônica, criando novas e múltiplas imagens e imaginários ao que provem do massivo e performando seus corpos e identidades.

E desse modo é nítido perceber que o mercado de moda que se forma nos arredores da região do Baixo Augusta se favorece dessas mesmas características e mesclas de estilos, conceitos e tendências desses grupos, buscando abastecer desejos e tentando segmenta-los em um nicho de mercado. Uma dinâmica das lógicas de produção mercadológicas que se faz moldando-se constantemente através de estratégias de marketing para se adequar e melhor



atender seu público, renovando estratégias, em diálogo com as apropriações táticas (já esboçadas) dos usuários, neste constante funcionamento conflituoso que mostra a dinâmica dos processos culturais e de consumo ligados às culturas juvenis e urbanas⁵.

Essas características se mostram mais explícitas ao se observar as galerias/lojas que vendem uma variedade enorme de roupas/acessórios e artigos de decoração com referências *vintage*, retrô, vanguardista, clássica e moderna, mesclando todas essas referências que compõem o estilo desse frequentador/consumidor. Outro ponto referencial são os restaurantes e *food trucks*, especializados em comidas de diferentes origens do mundo, sempre com um aspecto *gourmet* que agrega valor monetário ao mercado, e distintivo ao consumidor.

Por outro lado, ainda que esses grupos alternativos que consomem esse mercado construído para atender seus diversos estilos de vida façam uso desses serviços e produtos, eles não absorvem e assumem completamente essa espécie de “molde de estilo de vida alternativo” proposto. Ainda que os mercados se armem de estratégias e constantes mudanças para se adaptar e adequar seus produtos e serviços para esses grupos consumidores, tais grupos reforçam suas características “alternativas” dando novos usos e apropriando-se de diferentes maneiras daquilo que lhes é oferecido, tentando fugir e burlar esse molde padronizado, que muitas vezes as lógicas de produção entendem como um “estilo alternativo”, seja na música, na moda, nos hábitos de consumo ou nos estilos de vida assumidos.

Partindo dessa questão, outro aspecto da entrevista citada anteriormente merece destaque e se dá quando a entrevistada é questionada sobre o que seria ser alternativo, e se ela se identifica como uma pessoa alternativa. De pronto a entrevistada responde que ela não se vê como alternativa, e que hoje ela passa a perceber que o mercado tenta construir um estilo de vida alternativo a partir da segmentação da música *indie*, sendo adequada e padronizada para ser vendida como um gênero musical: “Acho que não sou alternativa... parece que o alternativo

⁵ Um aspecto que deverá ser mais aprofundado no decorrer da pesquisa é o fato de estes jovens frequentadores serem também atores dos mercados de moda e de música desta localidade, onde as divisões estanques entre produção e recepção precisam ser re-dimensionadas e re-conceituadas. Jovens empreendedores da cultura (Garcia-Canclini et al, 2012), em várias cidades globais do mundo, são atores de circuitos alternativos nos quais têm protagonismo no lançamento de modas e estilos, sendo produtores e receptores em diferentes momentos.



virou um segmento [de mercado], então acho que não tem mais alternativo na minha opinião...”⁶

Pode-se observar que as constantes estratégias mercadológicas de tentar adequar-se a tais grupos são nítidas a eles, acarretando em táticas por parte dos grupos que têm consciência destes processos, passando a existir constantes negociações e articulações de ambos os lados.

Além da entrevistada citada, outros entrevistados também não se intitularam como pessoas alternativas, apesar de terem um estilo de vida não-hegemônico e se enquadrarem em muitas das definições daquilo que se pode entender como possuidores de um “*ethos*-alternativo” do Baixo Augusta. Esse grupo de entrevistados, ao não se definirem como alternativos, usam sempre da mesma justificativa, esse mesmo olhar sobre esse estilo de vida moldado pelo mercado e que, portanto, perderia seu prestígio.

Já outros entrevistados (em proporção equivalente) se intitulam como alternativos. Ignoram ou relevam as tentativas do mercado em padronizá-los e visam apenas as características pelas quais se querem constituir, seja na intenção de criar identidades distintas dos padrões hegemônicos, ou no simples fato de absorverem referências de diferentes estilos/conceitos/tendências, e agregá-las em seus estilos de vida (materializado em sua estética de moda), tendo como critério, seus gostos pessoais. Como nos disse uma entrevistada: “Eu sou toda tatuada, eu gosto de ser alternativa sim, de sair desse padrão. Eu gosto de causar olhares”.⁷

Estas narrativas nos ajudam a compreender como esta categoria identitária do “alternativo” vai se esboçando como algo feito na tessitura de elementos hegemônicos, massivos, mercadológicos e também identitários e subjetivistas, onde jovens usam a categoria “alternativo” (tanto os que dizem ser como os que dizem não o ser) como um modo de buscar construir estilos de vida que se querem críticos e com auto grau de performatividade que passa pela estetização do corpo, da vida, das experiências e dos afetos. Ora, sentidos políticos aí se esboçam neste consumo e nestas culturas, fazendo com que a pesquisa se encaminhe, em suas próximas fases, para um foco nas entrevistas em profundidade na busca por interpretar estes sentidos construídos por estes jovens.

⁶ Sexo feminino, 23 anos de idade, formada em Publicidade e Propaganda.

⁷ Sexo feminino, 22 anos de idade, formada em Radio e TV.



REFERÊNCIAS

- BOURDIEU, Pierre. **A Distinção - Crítica Social do Julgamento**. Porto Alegre: Zouk, 2007
- CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano –Artes de fazer . vol 1**. Petrópolis: Vozes, 1994.
- ESCOSTEGUY, Ana Carolina. **Cartografias dos estudos culturais: uma versão latino-americana**. Belo Horizonte: Autêntica, 2001.
- FEIXA, Carles. **De Jóvenes, bandas y tribus - antropología de la juventud**. Barcelona: Editorial Ariel, 1996.
- FREIRE FILHO, João. **Das subculturas às pós-subculturas juvenis: música, estilo e ativismo político**. Contemporânea – Revista de Comunicação. v.3, n.1, 2005.
- _____. **Reinvenções da resistência juvenil: estudos culturais e micro-políticas do cotidiano**. Rio de Janeiro: Ed. Mauad, 2007.
- GARCIA-CANCLINI, Nestor *et al.* (coords). **Jóvenes, culturas urbanas y redes digitales**. Madrid/Barcelona: Fund. Telefónica/Ariel, 2012.
- GIDDENS, Anthony. **Modernidade e Identidade**. Rio de Janeiro: Zahar, 2002.
- HAESBAERT, Rogério. **Territórios alternativos**. São Paulo/Rio de Janeiro: Contexto/EdUFF, 2002.
- HALL, Stuart. Quem Precisa da Identidade? In: SILVA, T. T. (org.) **Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais**. Petrópolis: Vozes, 2000.
- HERSCHMANN, Micael. Cenas, circuitos e territorialidades sônio-musicais. In: JANOTTI JR, J. e SÁ, S.P. (orgs.). **Cenas musicais**. Guararema/SP: Ed. Anadarco, 2013. p.41-56
- _____. (org.) **Nas bordas e fora do mainstream musical: novas tendências da música independente no início do século XXI**. São Paulo: Ed. Letras e Cores, 2011.
- JANOTTI JR, Jeder e SÁ, Simone Pereira de (orgs.). **Cenas musicais**. Guararema/SP: Ed. Anadarco, 2013
- MARTIN-BARBERO, Jesús. **Dos Meios as Mediações**. Editora UFRJ, Rio de Janeiro, 2009.
- PEREIRA, Simone Luci. Temos nosso próprio tempo: memória, temporalidade, consumo e imaginários juvenis sobre a década de 1980. In: ROCHA, Rose de Melo e PERES-NETO, Luiz (orgs.) **Memória, Comunicação e consumo: vestígios e prospecções**. Porto Alegre: Sulina, 2015. pp 93-109
- PEREIRA, Simone Luci e BORELLI, Silvia. **Música “Alternativa” na Vila Madalena: Práticas Musicais Juvenis na Cidade**. Revista Fronteiras – Estudos Midiáticos (UNISINOS), V. 17, N. 3, 2015.
- PERUZZO, Cicília. **Aproximações entre comunicação popular e comunitária e a imprensa alternativa no Brasil na era do ciberespaço**. Trabalho apresentado no NP Comunicação para a Cidadania. XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – INTERCOM. Natal/RN. 2008.
- PETERSON, R. & KERN, R. **Changing highbrow taste: From snob to omnivore**. American Sociological Review. 61 (5). 900-907, 1996.
- ROCHA, Rose de Melo e PEREIRA, Simone Luci. **O que consomem os que não consomem? Ativistas, alternativos, engajados**. Mimeo. 2015.
- THORNTON, Sarah. **Club Cultures: Music, Media and Subcultural Capital**. Cambridge, UK: Polity Press, 1995.
- WILLIAMS, Raymond. **Marxismo e Literatura**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1979.