



## **Mangueira, os seus “ratos” são uma beleza<sup>1</sup>**

João Maia<sup>2</sup>  
Eduardo Bianchi<sup>3</sup>

Universidade do Estado do Rio de Janeiro - UERJ

### **RESUMO:**

A proposta deste trabalho é problematizar a sociedade contemporânea a partir das sociabilidades comunitárias e da cidadania cultural. Falaremos de homens que se autodenominam “ratos”. Compreenderemos como o seu estilo de vida (consumo e usos da tecnologia da informação e da comunicação) se mescla aos signos da cidade contemporânea e transformam seus ambientes. O nosso trabalho se ancora na Candelária, localidade da favela da Mangueira, situada no Rio de Janeiro.

**PALAVRAS-CHAVE:** Comunicação; Consumo; Tecnologia da Informação

### **1. Candelária, em meio à transformação cidadã**

Nosso objetivo, aqui, é problematizar como a cultura comunitária, o consumo e a tecnologia da informação e da comunicação são apropriados pelas “tribos” de relacionamentos. São estes alguns aspectos que nos nortearão para pensar o homem que se auto intitula rato, no morro da Candelária, favela da Mangueira, no Rio de Janeiro. Vemos surgir uma cidadania criativa que se elabora no dia-a-dia do homem que vive de maneira comunitária.

Na cidade contemporânea o homem tem múltiplas possibilidades de fazer parte de um determinado grupo e criar um lugar de “com-vivência” verdadeiramente seu e é ali onde ele tem a plena certeza de sua importância no mundo e assegura o seu reconhecimento como membro da sociedade. Andamos pelas ramificações dos labirintos das relações para compreender este homem “rato”. Michel Maffesoli nos ajudará a problematizar a noção de “tribos” que sempre remete a possibilidade de se vivenciar diversidades de gostos e de afetos. O sentimento de pertencimento a um grupo determinado será de alguma forma enfatizado com a nossa observação de campo. É no contato com o grupo que sentiremos a riqueza de vocabulário, das vestimentas, enfim,

---

<sup>1</sup> Trabalho enviado para INTERCOM 2009 – GT Comunicação para a Cidadania

<sup>2</sup> Diretor e Professor adjunto da Faculdade de Comunicação Social da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. É líder do grupo de pesquisa Comunicação, Arte e Cidade – CAC- CNPq/FCS/UERJ.

<sup>3</sup> Aluno da Faculdade de Comunicação Social da Universidade do Estado do Rio de Janeiro e membro do grupo de pesquisa CAC (Comunicação, Arte e Cidade) CNPq-FCS/UERJ..



dos diversos códigos. Esses elementos se tornam fundamentais para compreendermos a “tribo” chamada “rato”.

Os ratos são atentos e comunicativos, elaboram um estilo de vida muito próprio do grupo, constroem e desconstroem os seus “mapas simbólicos” de pertencimento a partir da pluralidade simbólica da cidade. Os ratos estão soltos em todas as partes da cidade. Conhecem bem os percursos e criam desvios e atalhos. O estilo de vida deste homem-rato faz dele um hiperconsumidor e qualquer objeto ou gesto pode ser encarado como possibilidade de se mostrar aos olhos dos outros. O “estar-junto” (Maffesoli, 2009) demanda investimentos diversos: vocabulário, roupas, cortes de cabelos, lugares por onde circular, páginas visitadas na internet ou sítios de relacionamentos. O consumidor atual busca na fluidez de seus mapas sociais um lugar de demanda constante de informação e de sua re-significação. A criação do novo é a própria vida em total deslocamento. A informação se torna um produto e o produto uma, ou muitas, possibilidades de mobilidade nas redes da sociabilidade. A cultura da cidade informacional é vivenciada de forma híbrida.

A alternativa não é apegar-se a modelos fechados, unitários e homogêneos de “pertencimento cultural”, mas abarcar os processos mais amplos – o jogo da semelhança e da diferença – que estão transformando a cultura no mundo inteiro.

(Stuart Hall, 2003: 47)

O consumidor atual é um produtor que busca a interação permanente, está sempre criando novas possibilidades de se colocar no mundo e re-significando o lugar já existente. Ele está *on-line, full time*. O homem-rato cria um figurino, uma cartografia própria, uma nova cara, e assim dando a sua própria cara, ele reinventa novos usos da cidade e novos olhares sobre as informações. Customiza suas próprias roupas, edita filmes, cria seus próprios vídeos e os projeta no mundo diretamente de sua comunidade. A tecnologia da informação e da comunicação, neste caso o mundo *on-line*, facilita a produção e a distribuição do que será criado e posteriormente “postado”. O “estar-junto” é fundamentalmente a emoção para a coesão do grupo. O acesso incentiva a participação do usuário, a sociabilização e o compartilhamento de um consumo produtivo. Este homem altamente produtivo e ativo é o próprio “rato” da mangueira, que com criatividade e destreza faz uso da tecnologia que transforma constantemente o mapa da comunidade. Os elementos que distinguem os homens deixa de ser o gênero, a



classe e a etnia (Hall) , mas ganha outro ponto de partida para estudo e pesquisa: o “sentimento de pertença”.

... a heterogeneidade retornou.  
É o q Max Weber nomeava de politeísmo de valores. Assim, a reafirmação da diferença, os localismos diversos, as especificidades lingüísticas e culturais, as reivindicações étnicas, sexuais, religiosas, os múltiplos ajuntamentos em torno de uma origem em comum, real ou mítica.

Tudo é bom para celebrar um “estar-junto” onde o fundamental é menos a razão universal do que a emoção partilhada, o sentimento de pertencimento. É desta forma que o corpo social se difrata em pequenos corpos tribais. (Maffesoli, 2009:38)

Este homem-rato, assim como o homem moderno, adquire objetos para re-significar o próprio corpo, fazer escolhas e afirmações que o aproxima dos outros, assim como, dele mesmo. Porém, o adorno ou o acessório, aqui, não é uma simples marca objetiva, mas é o que este homem pretende dizer sobre o mundo. A sensibilidade para a criação é sem dúvida o suporte de comunicação que o liga ao outro de maneira ampla. Não é apenas uma questão no campo da política ou no da economia, mas uma maneira de se estar no mundo. Entendemos que comunicar é criar laços afetivos e vínculos com os que mantemos simpatia, ou melhor, relações “afetuais”.

Mais uma vez recorreremos a Michel Maffesoli e sua idéia de sistema de rede, que é: “um conjunto inorganizado, mas sólido, invisível, mas que serve de ossatura” (Maffesoli, 2000: 194). Fica possível entender como se dão as relações sociais nas cidades onde há um grande contraste entre diferentes pessoas, diferentes formas de pensar, agir, expressar, enfim diferentes maneiras de se construir a cartografia simbólica. Nossos lugares de afetos e desafetos.

Na construção do espaço compartilhado não há imperativos para determinar quem é quem e quem pode o quê. Neste sentido o que possibilita a ocupação e a construção destes espaços (como afirma Mafessoli, não somente físico, mas também sensível), é o gosto em comum dos indivíduos que mantêm as relações “afetuais”, que significa a partilha das sensibilidades, dos afetos e das diferenças. Segundo o autor: “O coeficiente de pertença não é absoluto, cada um pode participar de uma infinidade de grupos, investindo em cada um deles parte importante de si.”. E ainda: “Determinado por seu território, sua tribo, sua ideologia, cada um pode, igualmente, e num lapso de



tempo muito curto, irromper em um território, em outra tribo, em outra ideologia” (2000: 202). Assim se configura a infinidade de possibilidades na criação do desenho de um mapa simbólico e na construção das sociabilidades.

Um mapa que sirva para questionar as mesmas coisas - dominação, produção e trabalho – mas a partir do outro lado: as brechas, o consumo e o prazer. Um mapa que não sirva para fuga, e sim para o reconhecimento da situação das mediações e dos sujeitos.

(Jesús Martín-Barbero, 2003:299).

O desejo e o prazer são refletidos nos objetos que fazem parte da ornamentação, do adorno corporal. O consumo busca a felicidade e a idéia de ser querido, desejado e principalmente reconhecido. O prazer aqui não deve ser visto como uma simples luxúria e delírio do êxtase de um gozo. O consumo da felicidade vincula-se ao bem-estar delirante do sentir-se plenamente satisfeito no grupo. Esse consumidor busca reconhecer-se nos olhos dos outros, quer ver nesse olhar alheio o reflexo de um estilo de vida lúdico, juvenil e erotizado. Entretanto, só com satisfação emocional, corporal e sensorial é que se pode ver através dos olhos dos outros.

### **O enigma do rato – “Decifra-me que te devoro inteirinho”**

Letra dos “Bichos escrotos” (Titãs)

Bichos,  
saíam dos lixos

Baratas,  
me deixem ver suas patas

Ratos,  
entrem nos sapatos  
Dos cidadãos civilizados

Pulgas,  
que habitam minhas rugas

Oncinha pintada,  
Zebrinha listrada,  
Coelhinho peludo,  
Vão se foder!  
Porque aqui na face da terra  
Só Bicho escroto é que vai ter!

Bichos escrotos, saíam dos esgotos  
Bichos escrotos, venham enfeitar



Meu lar,  
Meu jantar,  
Meu nobre paladar

São tantas as possibilidades das coisas ocuparem lugares nunca antes imaginados que fica cada vez mais complexo pensar os sujeitos ajustados em suas redes sociais. Os bichos enfeitam “meu lar, meu jantar, meu nobre paladar”. Coisas “desajustadas” emergem formatando a cidade contemporânea “polifônica”. O homem-rato é enigmático e indecifrável, assim como na mitológica esfinge, e também sagaz e astuto como a figura histórica malandro. Agora, decifro-lhes o “rato”: criaturas metamórficas que circulam pela cidade do Rio de Janeiro e navegam pelos vastos mares das telas dos computadores.

Decifra-me ou te devoro! Édipo<sup>4</sup> pode fazer isso com a esfinge. Será que você pode fazer o mesmo com os “ratos”? Jovens, astutos e espertos deixaram as navalhas dos velhos malandros de lado, essas estão fora de seus ornamentos. Pra se fazer valer tem na tecnologia sua aliada e o *mouse* é seu melhor amigo. Esse é o novo malandro carioca, ou seja, o rato.

Arrasta a sandália, como arrasta a própria vida. O malandro carioca não tem pressa, pois sabe o momento certo de agir. Ginga com os braços como se abanasse as próprias costas, desliza ao caminhar com sua presença intimidadora, não agressiva, porem forte e marcante. É um sedutor elegante. Seu caminho é traçado pelo tom de sua fala espaçosa, firme e altiva e com a certeza que será ouvido e compreendido por toda sua gente.

Ser “safo” é uma necessidade, ou se é ou será devorado. A esfinge não perdoa, ou a decifra ou ela te devora. Estamos prontos para sermos devorados. A guardiã do enigma perdeu suas asas e garras, ganhou novas formas e uma nova percepção para a vida. Transportada da antiguidade clássica para o morro da Mangueira a esfinge se transformou em um ser mutante, fluida e múltipla, se tornando a chave a ser desvendada. De felino alado para um roedor, um rato, que com astúcia e destreza circula pelos becos e vielas do morro da Mangueira, não criam enigmas eles são os próprios enigmas e desvendar seus mistérios é por demais complexo, pois são múltiplos e caleidoscópicos, pois mudam de lugar toda hora e se transformam com tamanha velocidade que acompanhá-los é quase uma saga.

---

<sup>4</sup> Édipo Rei herói do drama grego escrito por Sófocles datado no período de 496 AC – 406AC.



Não vivem dramas épicos, não são vítimas de pragas ou iras divinas. São eles, os próprios, causadores das inquietações e indagações. Abençoados por seus santos e orixás: Osossi, Ogún, Eleru, Iyemonja, Osún<sup>5</sup> e tantos outros protetores das forças da natureza, esses jovens têm o poder de influenciar os caminhos traçados por seus ambientes simbólicos, lugares onde se sentem membros e que podem realmente fazer a diferença. Essa é a relação com a comunidade da Candelária, área de domínio, de amizade e certeza de integração. São atores sociais que participam de forma realmente ativa e sabem de sua importância para a construção da comunidade. Assim, dizemos que os homens-ratos criam de forma afetiva uma cidadania cultural.

### **Onça, papagaio agora é a vez do rato.**

A roupa típica que vestia os malandros os identificavam enquanto tal, o que de certa forma, facilitava o trabalho da polícia para perseguir os “contraventores” do Estado. A figura do malandro carioca foi por décadas perseguida. No caso do malandro era a “vagabundagem” que recaía como pretexto para as prisões e humilhações. Não foram poucos os famosos e dentre eles podemos citar figuras importantes do samba, como João da Baiana<sup>6</sup> e, acreditamos, o mais famoso dos malandros João Francisco dos Santos, mais conhecido como Madame Satã<sup>7</sup>, personagem célebre da Lapa que viveu entre 1900 e 1976. Morador de um sobrado da Rua do Lavradio era negro, capoeirista, homossexual assumido, transformista, cafetão e sem dúvida um dos grandes problemas da polícia carioca, teve sua vida entre amores, bebidas e varias prisões.

Independente do contexto histórico o malandro sempre hipervalorizou a roupa, a elegância e a sua extravagância. A mítica figura carioca seguia um padrão clássico e peculiar em sua vestimenta: chapeuzinho de palha, paletó, calças largas, porém bem justas no tornozelo. O malandro carioca foi retratado por personagens criados na época, como: o *Amigo da Onça* publicado na revista *O Cruzeiro* a partir de 1943 que fez bastante sucesso e por *Zé Carioca*<sup>8</sup> lançado em 1943 no filme *Saludos amigos*, levando a áurea de brasilidade do malandro carioca além das terras tupiniquins.

---

<sup>5</sup> [http://orixas.com.br/porta13/index.php?option=com\\_content&task=view&id=11&Itemid=27](http://orixas.com.br/porta13/index.php?option=com_content&task=view&id=11&Itemid=27)

<sup>6</sup> O sambista relata bem a disputa entre os malandros e o chefe da polícia chamado Padilha, na música *Olha o Padilha*.

<sup>7</sup> Ver filme “Madame Satã” 2002, direção Karim Ainouz.

<sup>8</sup> Desenho criado pelos estúdios Disney com objetivo político de integração EUA e Brasil.



A tarefa de definir a figura do homem-rato não é muito fácil, pois eles são a cara de uma sociedade que se transforma metamorficamente e com velocidade impressionante. São moradores da favela da Candelária, Morro da Mangueira, Zona Norte do Rio de Janeiro que valorizam, e muito, seus lugares comunitários. Inteligentes e sagazes apresentam várias e múltiplas facetas: amigos, românticos, “pegadores”, infieis (quase que por definição) e até machistas, mas não são necessariamente heterossexuais.

Os ratos se auto dividem em três grupos: Os “camundongos” que são garotos que começaram a entrar no mundo da “pegação” estão dando seus primeiros beijos, e que já apresentam toda uma preocupação com suas aparências. Os “ratos” que já estão inseridos no mundo das relações, ou seja, estão na “pista”, como eles mesmos dizem, e que são a própria representação do neonarcisismo e por fim os “ratos bibas”, homossexuais assumidos, adoram ir às festas para “pegar” seus “bofes” com “glamour”, “brilho” e muito estilo.

Cirilo, Jean, Eduardo, Fabinho, Nando e Tomas<sup>9</sup> são nossos enigmas a serem decifradas. São ratos que vivem na comunidade da Candelária. São eles que vão nos ajudar a encaminhar nossa pesquisa e entender como funcionam as suas relações com os becos e vielas, consumo e internet, “pegação” e sexo.

Cirilo é professor de um projeto criando e desenvolvido dentro da candelária, seus alunos são os próprios moradores do morro. Ele é um grande incentivador desses jovens, acredita que o conhecimento tecnológico pode ser um diferencial para a vida deles. Conhecido como o rei dos ratos é carinhosamente chamado pelas ratas<sup>10</sup>, de *Mestre Splinter*<sup>11</sup>. “Pegador” não vê problema algum em curtir com outras, várias outras, ou melhor, muitas outras, os seus momentos de solidão, mesmo que esteja namorando.

*“Eu to namorando uma garota, mas tenho minhas certas<sup>12</sup>  
por aí... mas ela não pode... eu tenho que ser o exclusivo dela”.*  
(Cirilo, entrevista concedida em 25/03/2008)

---

<sup>9</sup> Cirilo, Jean, Eduardo, Fabinho, Nando e Tomas são moradores da Candelária uma sub-localidade do Morro da Mangueira e são nossos colaboradores na pesquisa desde o ano de 2004

<sup>10</sup> Ver trabalhos de Eduardo Bianchi e João Maia no Grupo Comunicação para Cidadania do INTERCOM - 2008.

<sup>11</sup> Mestre das tartarugas ninjas. A origem do desenho foi através dos quadrinhos da Mirage Comics lançado em 1984.

<sup>12</sup> Quando Cirilo fala “certas” está se referindo a outras garotas que ele “fica”, podendo ser da própria comunidade, mas principalmente de outros lugares.



As flechas de Eros, em épocas remotas, faziam um bom trabalho quando o negócio era aflorar o amor e sentimentos. Hoje Eros teria que dar um *up grade* no modo de fazer seu trabalho. Os ratos são muito mais eficazes. Com um simples toque em seus *mouses* arrebatam corações. O Rio de Janeiro é um grande Olimpo, onde deuses e deusas fazem a festa. Encontros são marcados dentro e fora da comunidade, com moradores da Candelária ou de qualquer outro lugar, não há barreiras para as flechadas dos ratos. Eros é um mero amador perto desses roedores.

Hoje o malandro carioca não é mais representado por um “contraventor”, ou pelo simpático papagaio de gravata borboleta e de chapéu de palha, bem, simpáticos eles são, mas o animal é outro e o modo de se vestir também. Os ratos têm em sua indumentária uma fiel bermuda, estilo surfista, multicolorida; vermelha, laranja, verde e azul com raios e flores, palmeiras e listras, bolas e estrelas essa é a moda da favela. Nos pés sandálias havaianas, também coloridas e dos mais diferentes modelos. Normalmente camisetas, nada de paletó, que deixem a mostra os braços e as tatuagens. Os estilos das “tatoos” são os mais variados, podemos dizer que as mais comuns entre os ratos são os tribais, já entre os ratos bibas estrelas coloridas e ninfas, símbolos de feminilidade, felicidade e juventude<sup>13</sup>. Cartolas estão fora de cogitação, os cabelos têm que ter estilo próprio, máquinas fazem a customização, desenhos, nome de amores, escudos de times de futebol, não importa, o estilo do rato é caleidoscópico. “É esse espírito afirmativo e rebelde que seria incorporado ao comportamento e à imagem do malandro carioca”<sup>14</sup>. Independente da época, malandro que é malandro tem que criar moda. O malandro, rato, por necessidade tem vários estilos para as várias ocasiões do dia ou da noite, tem que saber se fazer presente e notado, por “definição” um rato tem múltiplas facetas, não “tem nada a ver com falsidade”, explicam eles, são as múltiplas identidades que exigem múltiplas faces e diferentes estilos.

“Não dá para ir no samba, no forró e no baile com o mesmo tipo de roupa”<sup>15</sup>.

(Fabinho entrevista concedida no dia 04/04/2008)

Na contemporânea, idade não é um limitador. Tomas ainda é um camundongo, tem apenas 14 anos e já tem um ritual para se por ao mundo. Seu cabelo é o que mais lhe preocupa, já foi o estilo raspado, anjinho e agora é moicano. Que ninguém ouse

---

<sup>13</sup> [www.dec.ufcg.edu.br/biografias/MGNinfas.html](http://www.dec.ufcg.edu.br/biografias/MGNinfas.html).

<sup>14</sup> Felipe Ferreira, 2004: 261

<sup>15</sup> Quando Fabinho fala baile está se referindo a um baile funk.





tocar na franqueza do “jovem Sansão” é encrenca na certa. Só de imaginar que pode ter ficado bagunçado ele corre para o espelho mais próximo e começa a procurar os fios fora do lugar, nem a mão se atreve, só quando quer implicar com o camundongo, conhece bem a fraqueza do rebento. Já o Eduardo, que também é um rato, conta suas várias histórias de pegador do Morro sem saudosismo. Afinal: Quem disse que “rato” escaldado não pode dar seus pulos? Ser rato é um “estilo de vida” que para Giddens é muito mais do que apenas hábitos, mas uma maneira de se colocar na vida, diante dos fatos. Não há barreiras etárias, financeira ou social que delimitem o se por ao mundo.

Nesse contexto – caracterizado por culturas fragmentadas, híbridas e transculturais, consumo panoramático, comunicações mass-midiáticas – afirma-se uma dilatação do conceito de jovem, virando do avesso as categorias que fixavam faixas etárias definidas passagens geracionais. Trata-se de uma passagem intricada e decisiva [...] os jovens são intermináveis.(Canevacci, 2005: 28)

A sociabilidade comunitária produz uma nova ambiência na construção de uma rede de relações, graças à interferência de novos atores sociais que apresentam e ganham força na representação e defesa do morro carioca. Esses são os ratos em prol da favela da Candelária.

Os ratos são agentes comunitários, sua integração com as tecnologias de informação e comunicação sociabiliza o conhecimento e criam nichos de discussão dentro da comunidade. Jean é dono da lan-hause da Candelária é ele, também, que distribui a “gato net” morro à dentro. Todos fazem uso do espaço, quem tem e quem não tem computador em casa. A “lan” é um lugar de vivência, de troca e interação social dentro e fora da favela. A pluralidade de freqüentadores multiplica as experiências, conhecimentos são compartilhados de dentro da comunidade, de fora para dentro e de dentro para fora. Aqui vemos o uso da tecnologia, um fazer-se ver e ouvir. Uma espécie de consumo comunicacional. Talvez seja essa a maior função social desse instrumento de comunicação fazer do homem comum um grande produtor e compartilhador de suas experiências.

Os ratos utilizam de mecanismos como o famoso “jeitinho”, para se manterem informados, conectados e participantes ativos do mundo on-line. Fazem uso da GatoNet para se atualizarem e se informarem sobre os mais diferentes assuntos. Se algo não está claro buscam se informar navegando pelas quase infinitas possibilidade que a internet pode favorecer, como fez o Jean e seus amigos que não estavam satisfeitos com as



informações fornecidas pela televisão sobre TV Digital e quiseram saber mais a fundo o que era realmente essa inovação tecnológica, e só ficaram satisfeito depois de muita pesquisa, via net, o que se tornou uma pauta de discussão na roda de amigos.

O desejo de ser notado é muito íntimo dos ratos. Os objetos utilizados por eles perdem o valor de uso e a eles são agregados valores de troca. A satisfação psicológica de ser percebido como produtor é a maior recompensa que eles possam ter, se sentir prestigiado é o gozo desse homem que produz, distribui e acessa a sociabilização compartilhada do mundo on-line. Consumo produtivo, interativo e criativo é a marca do usuário da “lan” mangueirense.

O computador como meio dos meios facilita a produção, distribuição e acesso. O rato sabendo disso usa da criatividade para se impor ao mundo. Nesse mundo de compartilhamento há uma efervescência produtiva, todos têm muito a dizer e a interatividade é uma grande marca do mundo on-line. Criar sobre o já criado, transformar dando um novo olhar, uma nova roupagem ao que já foi “remixado” várias vezes. Essa transformação da comunicação sociabiliza o espaço, incentiva a participação do usuário e compartilha os olhares e representações dos mundos. Esse contexto de múltiplas produções sociabiliza as redes sociais em comunidades virtuais produzindo atores sociais.

Os ratos gostam das novidades e estão sempre por dentro dos lançamentos, consomem, e muito, todos os tipos de quinquilharias tecnológicas. Produtos, tanto da materialidade como da imaterialidade, fazem parte do cotidiano dos roedores: celular e MP3, MP4... nove são as mais visíveis paixões e febres entre eles. A música ferve no morro, funk, rock, samba e muita música internacional, o consumo de downloading rola solto, sem falar em software e drive tudo que tenha a ver com o mundo digital virou mania entre eles.

Uma característica fundamental para os ratos é a preocupação com a aparência, afinal não adianta marcar encontros pela net sem ter uma “carça” apresentável. Fabinho é o cabeleireiro do morro e principalmente dos ratos e das ratas. Busca se atualizar sobre as novidades capilares e está sempre antenado com a moda. “Já é viado,... e vai andar mal vetido!? Não dá né?” (Fabinho entrevista concedida em 23/06/2008).

O consumo nos leva a enviar mensagens a respeito de como vemos o mundo e como queremos que esse mundo nos veja. Em *Cultura das Aparências*, Peter Burke nos leva a refletir um pouco mais sobre essa questão: como o nosso consumo, ou melhor,



nossa roupa nos leva um complexo processo de comunicação. Nessa obra Burke nos transporta ao Rio de Janeiro do século XIX onde alguns homens usavam pesados ternos de lã em pleno calor tropical. Eram loucos ou estavam querendo emagrecer? Na verdade nem uma coisa nem outra. Estavam apenas se comunicando e dizendo de onde vinham e como deveriam ser vistos.

Um terno de lã informava às outros que o homem que o homem que o usava não precisava fazer trabalhos físicos e, também, que era uma pessoa civilizada, que tinha conhecimento das últimas tendências da moda em Londres ou Paris (Burke).

No século XXI não vemos homens andando de terno de lã pelo Rio de Janeiro. São mais comuns bermudões e camisetas regatas. A roupa agora está à par de um consumo comunicativo e erotizado. Corpos quase desnudos fazem os olhos, alheios, virarem as cabeças e estamparem nas faces o desejo luxuriante de um gozo. Quando a roupa por ela mesma não surte o efeito esperado, os ratos buscam nos santos e até em simpatia ajuda para o prazer. Como nos retrata Nando: “Andei um tempão passando canela na bunda, pra chamar homem... Fui numa festa uma vez e teve até briga”. E completa: “Sou rata mesmo... sou perigosa”.

## REFERÊNCIAS

BAUMAN, Zygmunt. *Comunidade: a busca por segurança no mundo atual*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2003.

BURKE, Peter. *O que é história cultural?*. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 2005.

CANEVACCI, Máximo. *Culturas extremas: mutações juvenis nos corpos das metrópolis*. Rio de Janeiro: Dp&A editora, 2005.

\_\_\_\_\_. *Gemação diaspórica e subjetividade sincrética*. Palestra realizada no seminário Gemas da terra, realizado no Sesc-SP, em março de 2005. Texto extraído de: [www.sescsp.org.br/sesc/imagens/uplostd/conferencias/2004.rtf](http://www.sescsp.org.br/sesc/imagens/uplostd/conferencias/2004.rtf)

GEERTZ, Clifford. *A interpretação das culturas*. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1978.



GOLDENBEG, Mirian. *Nu & Vestido*. Rio de Janeiro: Ed. Record, 2002.

LE GOFF, Jacques. *A História Nova*. São Paulo: Martins Fontes, 2002.

LIPOVETSKY, Gills. *A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade do hiperconsumo*. Lisboa/Portugal: Edições 70, 2007.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Dos meios as mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2003.

MAFFESOLI, Michel. *Apocalypse*. Paris: CNRS Éditions, 2009.

MAFFESOLI, Michel. *O tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2000.

HALL, Stuart. *Da diáspora: identidades e mediações culturais*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003.

YÚDICE, George. *A conveniência da cultura: usos da cultura na era global*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2004.