



Toda Roupas pede uma Trilha Sonora: Moda e Interação numa Festa de Música Eletrônica em Natal

Agda Patrícia Pontes de AQUINO¹
Thiago Tavares das NEVES²
Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, RN

“São apenas as pessoas superficiais que não julgam pelas aparências.
O verdadeiro mistério do mundo é o visível, e não o invisível.” (Oscar Wilde)

RESUMO

O significado da moda nas festas de música eletrônica em Natal/RN como um signo comunicante e interacional entre os participantes é o foco deste trabalho. O suporte empírico é a etnografia realizada em uma *rave* na casa noturna Galpão 29, duas entrevistas em profundidade com frequentadores e registro imagético. Parte-se do princípio que a moda não se pode dissociar do corpo, pois juntamente com ele compõe um sistema de comunicação e a possibilidade de interação.

PALAVRAS-CHAVE: corpo; moda; interação; *raves*.

Por volta das onze horas da noite de 6 de junho de 2009, um rapaz magro, longilíneo, com cabelos pretos e uma mecha rosa-choque estava em pé defronte a um bar que funcionava também como boate. Vestia uma camisa grande com uma tonalidade rosa bem clara e o desenho de um rosto de uma mulher com um olho piscando e um batom vermelho estampado na camisa. Calça jeans branca colada no corpo do tipo *skinny* e uma bota preta de couro que chegava até o joelho. Para completar o seu visual diferenciado, usava óculos branco que, no lugar da lente, tinham listras brancas. Chupava um pirulito e conversava com seus amigos na porta deste bar.

De forma geral, a vestimenta em seu conjunto diversificado de peças de roupas e acessórios, constitui-se como uma linguagem, um conjunto significante que apresenta um plano de expressão e um plano de conteúdo. Considerando a linguagem como um sistema de signos convencionados que possibilita comunicar ideias e sentimentos, a seleção e a combinação específica de elementos do vestuário e de seus respectivos itens complementares, realizadas pelo sujeito, constituem uma fala, um discurso, um texto (BARTHES, 1979). A moda funciona em favor da distinção de *status* sociais, classes e

¹ Mestranda do Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia da UFRN e professora do Departamento de Comunicação Social da UFPB, email: agdaaquino@gmail.com.

² Mestre em Ciências Sociais pela UFRN e estudante de jornalismo da UFRN, email: nevestiago1@hotmail.com.



categorias às quais o indivíduo faz parte ou não. O papel que a pessoa exerce na sociedade é também identificado pelo que ela veste. Vestir o corpo produz significação. A moda pode ser usada para indicar ou definir os papéis sociais que as pessoas têm e pode ainda ser entendida como sinais de que uma certa pessoa exerce um determinado papel e por essa razão espera-se dela que se comporte de uma maneira específica. (BARNARD, 2003).

A maioria das pessoas quando se remete à palavra “moda” a associa diretamente à ideia única de roupa, mas essa é uma conceituação equivocada. Moda também se refere aos acessórios, bolsas, brincos, anéis, pulseiras, sapatos, véus, cintos, maquiagens, pinturas, cortes e pinturas de cabelo e adornos de todos os tipos. É um conjunto que forma um sistema expressivo. Lipovetsky (1989, p. 52) define a moda como sendo "um dispositivo social caracterizado por uma temporalidade particularmente breve, por reviravoltas mais ou menos fantasiosas, podendo por isso, afetar esferas muito diversas da vida coletiva."

E a moda, como dispositivo social, naquele lugar também servia de ímã para aproximar as pessoas, inclusive, o rapaz magro de mechas rosa-choque. Como ele, havia outras pessoas com uma aparência bem incomum e roupas caracterizadas e estilizadas. Algumas já se conheciam entre si, outras não, porém estavam todas reunidas. Elas esperavam para entrar no Galpão 29, casa noturna que funciona como boate, bar e local de *shows*, localizada na cidade de Natal, na Rua Chile, nº25 no bairro da Ribeira. A rua não possuía prédios e naquele dia estava com muita movimentação e uma quantidade considerável de carros estacionados no meio da rua, alguns com suas malas levantadas e com o som do carro quase estourando as caixas acústicas por causa do volume intenso. Na rua, transitavam jovens pertencentes a tribos variadas: mauricinhos, *clubbers*³, surfistas, metaleiros, góticos, alguns totalmente vestidos de preto. As festas de música eletrônica⁴ abarcam diversas tribos, não apenas os *clubbers*, como ocorria no início do

³ *Clubber* é um termo em inglês, atribuído a pessoas que frequentam danceterias (os *clubs* em inglês), comuns nos anos 90. Ajudou a erguer o estilo *techno* ao circuito comercial e à cultura noturna pelas grandes metrópoles. Os *clubbers* se vestem de maneira extravagante: blusas, calças e tênis coloridos, maquiagens que brilham no escuro, estrelinhas, *glitter*, sombras cintilantes. Em geral eles têm como ponto de encontro os clubes, as *raves*.

⁴ As festas de música eletrônica englobam diversos eventos. Este universo abrange as *raves* comerciais, *undergrounds* e em lugares abertos em contato com a natureza. É importante destacar as festas de música eletrônica que acontecem em casas noturnas (clubes e bares). Clubes e bares também são relevantes no contexto desse tipo de festa, porém não são *raves* em *stricto sensu*. Algumas vezes, o espaço é reservado para *raves* mensais ou a *rave* acontece apenas uma vez naquele clube. Outra diferença é a venda exclusiva de álcool e a proibição da venda de outras drogas consideradas ilícitas. Os frequentadores de clubes geralmente estão lá com o intuito de paquerar, tomar alguma bebida alcoólica, dançar, dentre outras



movimento. Nessas festas são vistos *playboys*, *patricinhas*, *surfistas*, *emos*, *roqueiros*, *nerds*, dentre outros.

Michel Maffesoli (2006) cita as várias tribos, também chamadas de microgrupos, que procuram a simpatia entre “eu e o outro” dentro do novo universo urbano, recriando os antigos laços tribais pré-históricos. Esses fragmentos culturais oriundos de vários países têm formado tribos, que tomam autonomia por vários lugares do mundo como os *punks*, *skatistas*, *modernos*, *clubbers* etc. De acordo com o autor, estes grupos são formados por um sentimento partilhado que se baseia em uma conformidade de ideias, preocupações impessoais e estruturas que superam as particularidades individuais. Esses microgrupos escapam às diversas predições ou injunções de identidade habitualmente formuladas pelos analistas sociais. As tribos vivem em uma ambiência emocional, um estado de espírito. O que predomina nestes “coletivos jovens” é a “Ética da Estética”. A estética é a abertura para o outro, no sentido de abrir o espaço para que o indivíduo encontre seu local no coletivo. Esta prática acaba por gerar uma ética, a base do coletivo, constituindo uma espécie de alicerce para a formação de laços. A formação destes grupos está associada à aparência, à identidade visual, e que essa engrenagem sustenta a base da exclusão/inclusão, a qual pode levar inclusive para atos extremos, como o confronto corporal entre bandos. Tanto o individualismo quanto o coletivismo fazem parte da tribo.

A identificação do grupo com outro, por meio de atitude e aparência estética, produz um vínculo de respeito e afinidade para com o parceiro, quando ele está ligado às qualidades características do observador. Quando esta identificação contraria à sua concepção de vida, existe um retraimento por parte de ambos. Assim como os grupos sociais delimitam seus territórios, as tribos obedecem às regras de repulsa e atração. Maffesoli afirma que as muitas aldeias se entrecruzam, se opõem, se entreejudam e, ao mesmo tempo, permanecem as mesmas.

As tribos estavam bem distribuídas dentro do Galpão 29. Externamente, a pintura do local era toda lilás. Portas, contornos e detalhes na cor branca. Na porta de entrada, além dos jovens que estavam reunidos, havia dois seguranças e um som montado embaixo de uma tenda tocando música eletrônica. Uma espécie de aquecimento para os que ali se encontravam ou estavam no bar bebendo na extremidade da rua, que possui sua história, bem como o ambiente.

razões; já nas *raves* o maior objetivo é dançar. Contudo, é relevante ressaltar que a cena *rave* começou em clubes. Eles fazem parte da história. (SYLVAN, 2005).



O Galpão 29, durante a década de 1990 era chamado de Blackout e lá aconteciam muitos *shows* de *rock* e algumas vezes alguns *djs* lançavam seus *set's*. Nessa época, tocavam no espaço bandas de sucesso locais como Base Livre, Oficina, Boca de Sino, Inácio toca Trompete, dentre outras. O Blackout e a Rua Chile naquele período reuniam as pessoas que gostavam de *rock*. Atualmente, a casa noturna comporta vários tipos de festas, em que se ouvem diferentes estilos musicais como pop, *rock*, MPB e música eletrônica. O ambiente se tornou um local para várias tribos, principalmente para os *gays*, para os *new ravers*⁵ e para os *clubbers*.

O visual dos *clubbers* mistura em sua aparência elementos futuristas com tribais. Maquiagem intensa, excesso de pulseiras, colares, *piercings*, tatuagens tribais, perfurações no corpo (como os índios aborígenes), cabelos de cortes diferentes e coloridos (geralmente cores fluorescentes), principalmente o moicano, são características fortes para o estilo. A tecnologia e o futurismo se refletem nos materiais sintéticos das roupas e dos acessórios, como: *lycra*, *nylon*, vinil e tecidos que brilham no escuro. Tudo misturado, compondo um visual.

Visual bem comum no Galpão 29. Apesar de o local não ser rotulado de LGBT, beijos entre homens e entre mulheres são comuns, dependendo da festa que lá ocorra. Um “ambiente alternativo”, como chamam os frequentadores da casa. Apesar de ser um espaço com um público heterogêneo, o Galpão 29 é o reduto dos *clubbers* e *new ravers* de Natal. Atualmente, a moda *new rave* vem dominando algumas casas noturnas. Os *clubbers* foram repaginados. Nelas, também se pode encontrar indícios de contaminações, de misturas. O estilo *new rave* é uma mistura de *new wave* (dos anos 80, com cores cítricas também) com referências às festas *raves* dos anos 90 (alusão ao movimento *clubber*, que faz uso de diversas cores na sua vestimenta também, mas diferenciado pela sua apresentação estética). Elementos visuais da tribo dos *punks* como também referências à *disco music* podem ser encontrados nesta tribo.

Vestindo-se de maneira diferenciada, os *clubbers* costumam ousar no seu estilo e geralmente chamam a atenção das pessoas, despertando no outro desde sustos a reações positivas ou negativas. Esse processo de rebuscamento no visual se chama de

⁵ O criador do termo foi um jornalista do tablóide inglês de *rock* NME (New Music Express) ao avaliar o som da novíssima banda de *rock* The Klaxons. Os garotos desta banda abusam das cores fluorescentes nos cliques e nas suas roupas, viraram referência também de estilo, com atitude alegre e *rock n' roll*. A música é uma mistura caótica, mas harmônica de *pop rock* com elementos eletrônicos.



montação⁶. A montagem engloba o exagero e o *kitsch*, os *clubbers* capricham na maquiagem – batons vermelhos ou pretos, sombras fortes – misturando roupas ou acessórios *retrôs* com algo futurista. Couros e sintéticos em geral aparecem também. Felipe Tarquínio, estudante de publicidade, *dj*, participou das primeiras *raves* na capital norte-rio-grandense, foi um dos primeiros *clubbers* da cidade e se tornou frequentador desse tipo de festa aos 12 anos de idade. Neste dia ele estava montado e declarou:

Algumas festas eu me montava, não como uma *Drag Queen*, mas no sentido de ser ousado na produção da roupa, você ousar na maquiagem independente de ser homem ou mulher. Algo que transmita *design*, comportamento, atitude, moda. Se a gente fizesse isso hoje iam dizer que a gente estava imitando a Lady Gaga. O que a gente fez há dois anos atrás é o que Lady Gaga está fazendo hoje. Esta é a proposta de montagem: construir um personagem andrógino, pela diversão.⁷

No processo de montagem, o corpo se resignifica. Os signos adquirem novas roupagens, são confundidos e misturados. As roupas e os acessórios atribuídos ao sexo feminino vestem um homem, o couro usado para confeccionar bolsas e sapatos transforma-se em saia ou calça, os significados são metamorfoseados. A combinação de cores e formas no vestuário dos *clubbers* aponta para uma necessidade de criar algo novo, conceitual, diferente, que não se encaixe em rótulos ditados pelas tendências da moda. E a festa daquela noite abraçava esta tribo, permitindo maior ousadia na apresentação visual. Nestor Mádenes, diretor de produção e *stylist*⁸, organizou e deu início à cena *rave* em Natal, produzindo grandes festas de música eletrônica na cidade por mais de cinco anos.

Desde que conheci a Europa, através de um pai grego e uma mãe modelo, descobri que poderia ser o que eu quisesse. Gosto de ser tudo ao mesmo tempo: menino, menina, tela de arte, projeção de sonhos. Conheci o movimento Clubber, diretamente ligado a cena eletrônica, e aí comecei a construir sempre um visual que emitia uma mensagem, na grande brincadeira do personagem que hoje iria circular pela pista. Assim que comecei a trabalhar com moda, senti que o que mais chama a atenção no visual de outra pessoa, é o processo de construção daquela imagem apresentada. O *dress code* é o figurino obrigatório para determinada festa ou evento, sempre justificado por um tema que servirá de norte para as pessoas se guiarem no caminho que relata a ideia central. Sabendo que a roupa é o principal meio de comunicação imediata que você tem com o mundo, dar-se a lógica, que ajuda na interação com outras pessoas.⁹

⁶ Esta palavra define o modo de vestir em voga na noite paulista do início dos anos 90. ‘Se montar’ é a gíria que do universo dos travestis de rua, em que ‘montada’ é o homossexual que se encontra vestido de mulher, o termo se espalhou para a vestimenta *clubber* em si, quando montagem passou a significar também uma maneira mais extravagante, *fashion* ou caprichado de vestir. (PALOMINO, 1999).

⁷ Dados extraídos de uma entrevista em profundidade.

⁸ Segundo o Instituto Brasileiro de Moda, o *Stylist* é o profissional que trabalha em parceria com o Produtor de Moda. É quem define peças e acessório que têm mais relação com a marca e com a coleção. Atuam em desfiles, campanhas e editoriais de moda. Fonte: <http://www.ibmoda.com.br>

⁹ Dados extraídos de uma entrevista em profundidade.

O significado da moda em si é cercado de ambiguidades, a começar pela etimologia da palavra. Vários pesquisadores discordam da sua origem e do seu sentido inicial, mas muitos concordam com o período em que o termo “moda” surgiu: no final da Idade Média. (BRAGA, 2004). Para alguns autores, a palavra moda é originária do francês *mode*, que significa o uso, hábito ou estilo geralmente aceito, variável no tempo e resultante de determinado gosto, ideia, capricho e das interinfluências do meio em que o indivíduo está associado. (AMARAL, et al., 2006). Segundo Palomino (2002), o termo afrancesado tornou-se sinônimo de *façon*, cuja apropriação pela língua inglesa deu origem à expressão *fashion*. São muitas as origens para João Braga (2006), um dos maiores pesquisadores de história da moda no país. Para ele a origem da palavra vem do latim *modus*, que remete ao modo de fazer ou de agir. Barnard (2003) diz que a etimologia da palavra *fashion* (moda em inglês), remete ao latim *factio*, e significa fazendo ou fabricando, com caráter industrial (da língua inglesa a palavra *faction* (facção), até *facere*, isto é, fazer ou fabricar). O autor complementa: "só o contexto permite a identificação de uma peça de roupa como moda ou não-moda, assim como é somente o contexto que permite identificar o significado correto dessas palavras" (p. 36). De acordo com o entrevistado Nestor Mádenes, a moda tem um importante papel nas festas de música eletrônica:

O papel da moda é transparecer o estado de espírito, aliado ao conforto e a estética desejada. A presença do VJ, como artista gráfico, explica a preocupação latente de uma imagem sempre interessante, para fazer par de uma música ainda mais...¹⁰

As palavras moda, *modus*, *mode* ou *fashion*, imagem, corpo, estilo, tendência, roupas, indumentária, adorno, traje, beleza, entre outras, estão ligadas ao sistema da moda como técnica e como processo comunicacional. Moda, segundo Palomino (2002), é muito mais do que roupa, é um sistema que integra o simples uso das roupas do dia-a-dia a um contexto maior, político, social, sociológico. Para Lipovetsky (1989, p. 12), a moda “não é mais um enfeite estético, um acessório decorativo da vida coletiva; é sua pedra angular. A moda terminou estruturalmente seu curso histórico, chegou ao topo do seu poder, conseguiu remodelar a sociedade inteira à sua imagem: era periférica, agora é hegemônica”.

¹⁰Dados extraídos de uma entrevista em profundidade.



As definições mais recentes de moda a conceituam como cultura: “legado humano das transformações dos objetos existentes em proveito das bem-feitorias que circunscrevem a existência humana atrelado aos resultados dos trabalhos provenientes de várias áreas” (CASTILHO & MARTINS, 2008, p. 21). Só que, como afirma Oliveira (2007) a roupa não veste um suporte vazio, o corpo. Ao contrário, sendo carregado de sentido na sua malha de orientações, o corpo interage com as direções da roupa que, por sua vez, atuam como seus direcionamentos.

O sentido de uma roupa se completa ao vestir um corpo, quando o corpo vestido assume a sua competência de produzir uma visualidade para o sujeito, mostrando pelos seus modos de estar no mundo, o seu ser. Nos palcos de exposição do sujeito estão, portanto não somente os modelos prescritos de corpo, mas também os prescritos para a indumentária e os tipos de apropriação que o sujeito realiza para a construção da sua aparência. (OLIVEIRA, 2007, p. 6)

Partindo de uma abordagem transdisciplinar, o corpo é compreendido neste trabalho como uma instância simbólica, dotada de significações próprias, resultado e produtor do social e como cruzamento entre o cultural e o biológico. O corpo é possuidor de um potencial comunicativo. O homem pode ser compreendido não só como receptor das informações provenientes do meio, mas também como uma rede de comunicação que emite e recebe signos do ambiente. O corpo, nesse contexto, é considerado como emissor e receptor de informações; ele é a mídia primária, a primeira forma de comunicação do sujeito com o meio. (PROSS, 1990). Suas expressões, gestos, cheiros, olhares, toques e maneiras de agir criam uma trama de significados inserida em um ambiente natural, social e cultural. Dessa maneira, essa trama desvela um corpo visualizado como um pergaminho, que precisa ser lido e interpretado pelos outros sujeitos para ser socialmente e culturalmente reconhecido dentro do mundo que o circunda. E Felipe Tarquínio, o nosso entrevistado, concorda com isso:

O corpo é uma forma de comunicação, e você trabalhar com a estrutura de uma indumentária, de uma roupa em cima disso, diminuindo certas coisas, valorizando outras, você está comunicando algo. A roupa comunica, o comportamento comunica.¹¹

Nas festas de música eletrônica, este mesmo corpo pode ser interpretado com base nos seus signos comunicantes: vestimenta, acessórios, movimentos do corpo, contato tátil, expressões corporais. De acordo com Michel Serres (2004), o corpo, portador dos cinco sentidos e transporte de signos, é o suporte da memória, da intuição, do saber e da invenção; é invariante, mas de forma relativa e temporária. Para ele, o

¹¹ Dados extraídos de uma entrevista em profundidade.



corpo e seus sentidos são constituintes do conhecimento científico, não apenas o seu objeto.

O corpo, além de ser uma substância anatômica e fisiológica, é o veículo de ser no mundo, como também, é o meio geral de ter um mundo. O corpo é carne e existência. O corpo não é coisa nem ideia, o corpo é movimento, sensibilidade e expressão criadora. Ora ele se restringe aos gestos necessários à conservação da vida e, correlativamente, põe em torno dos seres um mundo biológico; ora, brincando com seus primeiros gestos e passando de seu sentido próprio a sentido figurado, ele manifesta através desses gestos um novo núcleo de significação: é o caso dos hábitos motores como a dança. Ora, enfim a significação visada não pode ser alcançada pelos meios naturais do corpo; é preciso então que ele se construa como um instrumento, e projete em torno de si um mundo cultural. Mundo esse repleto de sentidos, de porosidades, de interfaces entre a cultura e a biologia que só adquire significado por causa do corpo, pois é por meio dele que se tem consciência do mundo e se é consciência no mundo, seja ele natural, social ou cultural. Ao ser uma consciência e experimentar o mundo, o corpo comunica-se interiormente com o mundo e com o corpo dos outros, criando um universo de sentidos, um campo de sensações, uma certa inteligência que não se centraliza apenas no cérebro. (MERLEAU-PONTY, 2006).

O corpo traz em sua matéria/espírito todas as experiências culturais que compõem sua história como ser bioantropossocial. Além do mundo natural, há o mundo social e o mundo cultural, como dimensões da existência do ser humano. A experiência do corpo no mundo, sua singularidade, só adquire significado na existência de outros corpos, capaz de gerar conhecimento, coexistindo razão e emoção, compreendendo a dimensão da corporeidade. De acordo com Josimey Costa (2009)¹², o termo corporeidade diz respeito à essência ou à natureza dos corpos ou dos estados corporais, relacionando-se a tudo que preencha o espaço e se movimente, mas que, ao mesmo tempo, situe o homem como um ser no mundo. Tem, portanto, um caráter denotativo, como representação das condições de comportamentos, atitudes e dinâmicas corporais do cotidiano de cada momento e espaço histórico-cultural.

E no Galpão 29 os participantes podiam viver a sua corporeidade livremente, seja por meio da dança, da roupa ou da interação proporcionada por elas. Foi o que ocorreu na noite de 6 de junho de 2009, na festa E-sessions. Tal festa geralmente

¹²FILHO, Ciro Marcondes (org.). **Dicionário de Comunicação**. São Paulo: Paulus, 2009.



acontece uma vez por mês e em outubro desse mesmo ano iria completar três anos. Idealizada por Raquel Maia¹³, a festa quase sempre se realizava neste mesmo recinto. Uma vez, os seus organizadores promoveram-na em um barco, navegando sobre o rio Potengi, tendo o crepúsculo como testemunha daquela celebração eletrônica. De acordo com a definição de uma frequentadora no perfil da festa no Orkut:

A **E.Sessions** é uma festa que engloba o encontro de pessoas que procuram qualidade musical. Um ambiente de *open minds* onde não existe preconceito, onde a cultura é o *rebolation*. Uma festa de sorrisos, de amigos, daqueles que apreciam as vertentes eletrônicas, daqueles que vibram e viajam de encontro ao que o *dj* toca em seus *sets*.¹⁴

E naquele dia especificamente os artistas eletrônicos que iam se apresentar garantiam grandes “viagens” para o público. As atrações eram o *dj* Bee, que já tocava no local; o *dj* Felps, também já popular na casa; a proprietária do recinto, a *dj* KaPosadzki, contração de Karol Posadzki (cantora e ex-vocalista da banda Inácio toca Trumpete) e a grande atração da noite era o *live* do Rock Roots Revolution – dupla de *djs* de São Paulo, formada por Fábio Smeili e Willian Santos.

O Galpão 29 possui dois ambientes, porém geralmente só abre um. Algumas vezes, em dias de grandes festas com várias atrações, os dois são abertos. Naquele dia, em específico, apenas um estava liberado e completamente cheio. Internamente, esse ambiente tinha como cores predominantes o preto, o lilás e o branco. Com algumas paredes ainda não rebocadas, o local parecia estar em processo de construção. As paredes tinham vinis fixados sobre os tijolos sem reboco e discos-voadores desenhados nas mesmas. Parecia haver uma comunicação entre os vinis e os óvnis. Os signos visuais do ambiente obedeciam a certa harmonia, dialogavam entre si. A porta de entrada era enorme e toda trabalhada na tonalidade branca, já as paredes do *hall* de entrada pintadas na cor preta. Neste *hall* tinha uma escada prata que dava acesso à parte superior do outro ambiente que não estava funcionando. O local possuía uma aparência antiga, mal acabada, com uma atmosfera *underground* e bem escuro. Devido à falta de luminosidade no local, não era possível ver bem o rosto das pessoas.

A escuridão do lugar era explicada pela sua pouca iluminação. Dois bares estavam disponíveis para o público naquele dia, o que já foi citado anteriormente e outro, com a parede na cor branca e com listras pretas, que se localizava ao lado de onde

¹³ Jornalista e uma das organizadoras de grandes *raves* em Natal. Atualmente reside em Buenos Aires.

¹⁴ Dados extraídos do perfil da festa no site de relacionamento Orkut. Visitado no dia 15 de setembro de 2009. A definição foi dada por Isabel Pimentel, frequentadora da festa. Site: <http://www.orkut.com.br/Main#Profile?uid=443845508120996532>



o público dançava. Público esse muito heterogêneo e bem relacionado entre si. Uma boa parte dos que lá se encontravam eram pessoas que se conheciam. Havia, em alguns momentos, um intercâmbio entre os diferentes grupos: via-se mauricinhos conversando com *clubbers*, patricinhas beijando homens *gays* e surfistas, *nerds* beijando mauricinhos. A casa já possuía um time de frequentadores específicos e fiéis ao recinto. Pouquíssimas pessoas foram vistas isoladas, e as que assim estavam, no decorrer da noite começaram a conversar e interagir com outros indivíduos.

O Galpão 29 pode ser enxergado como um corpo que não é humano, e sim expandido na metrópole, um corpo eletrônico constantemente excitado por vibrações sonoras, luminosidades, e corpos pulsantes. Um corpo que se estende para além da pele dos indivíduos. Pós-orgânico, de fato. A música em conjunto com os participantes compõe a dupla hélice de DNA que forma o corpo dessas festas. Um corpo com um olhar verdadeiro e próprio que flutua entre os interstícios¹⁵ da metrópole comunicacional, um *bodyscape*. De acordo com Massimo Canevacci, o sufixo *-scape* se junta ao prefixo *body* para acentuar um conceito flutuante de corpo, que estende à observação alheia e própria enquanto panorama visual repleto de signos. Um corpo espaçado. Nesse contexto, o corpo do sujeito se entrelaça em tais panoramas intersticiais criando novos sistemas perceptivos, novas sensorialidades, descobrindo as zonas mortas entre o que é percebido ou, de todo modo, já visto e o que está brotando. (CANEVACCI, 2008). A interação desempenha uma função essencial nesse *bodyscape*.

Interação essa mediada também pelos signos comunicantes que o corpo transporta. De acordo com Alex Primo (2009)¹⁶, a interação pode ser entendida de maneira genérica como toda ação entre dois ou mais entes (pessoas, máquinas, organizações, etc.). Sob o ponto de vista da vertente interacionista das teorias da comunicação, os sentidos e os relacionamentos são construídos durante o processo de comunicação. Primo (2009) afirma ainda que para estudar a interação não se pode observar os participantes e mensagens em separado, pois a relação encontra-se “entre”. E a comunicação corporal desenvolvida entre os frequentadores do Galpão 29, só fazia aumentar a vontade de interagir. Para Felipe, a montagem ajudava nesse processo.

¹⁵ De acordo com Massimo Canevacci: “Os interstícios são zonas que estão entre (*in-between*) áreas mais ou menos conhecidas, onde se inserem como parasitas freqüentemente temporários. Eles se localizam nos limites incertos entre diversos quarteirões, entre velhos cruzamentos abandonados pelas novas redes viárias, ou ainda no interior dos quarteirões que se acredita conhecer muito bem e que, ao contrário, mantêm alguns nichos deslocados.” (CANEVACCI, 2008, p. 33).

¹⁶ FILHO, Ciro Marcondes (org.). **Dicionário de Comunicação**. São Paulo: Paulus, 2009.



Todo mundo que me conhece sabe que eu sou uma pessoa muito tímida, apesar de não aparentar. Eu estou ali montado, mas estou inseguro em relação a reação das pessoas. As pessoas chegavam para mim e diziam que me achavam chatos, um porre antigamente. A montagem ajudou um pouco a quebrar a impressão que as pessoas tinham de mim. Pelo fato de estar montado você já está sujeito às pessoas irem falar com você, seja para elogiar, seja para dizer que achou engraçado. Você meio que já derruba um muro. Se me achavam abuso, quando eu estou vestido eu estou meio cômico, com uma carga de humor. Mas, por outro lado, acabo repelindo certos tipos de pessoas.¹⁷

As pessoas que lá se encontravam eram bem extrovertidas, gesticulavam bastante ao conversar, sorrindo a maior parte do tempo e fazendo coreografias entre si – passos de dança que pareciam ter sido ensaiados em casa. Alguns levaram apitos e durante a apresentação dos *djs* começaram a sintonizar as batidas eletrônicas da música, com o som do apito e a coreografia. Tudo em harmonia. Uma verdadeira apresentação para quem estava observando. O som dos apitos juntamente com as batidas do bumbo eletrônico parecia penetrar cada poro da epiderme dos dançantes. O fato de estar-junto nutria aquele corpo social de vitalidade. As ações, as danças, os gestos eram imitados por contágio, parecia um vírus que se espalhava pelo ar e contaminava aqueles corpos pulsantes. Os dançantes compartilhavam de um envoltório sensorial entre eles iniciando um processo empático. A música, a dança, o espírito lúdico do ambiente constituíam provavelmente a matéria desse envoltório comum em que um se interessa pelo outro e brinca de descobri-lo. (CYRULNIK, 2009). O outro, a dança e a música eram os três ingredientes para que o corpo social do Galpão 29 funcionasse. Especialmente a música. As batidas quebradas do *electro* instigavam a dança. É importante destacar que algumas pessoas não interagiam muito, ou não interagiam, ficavam apenas bebendo vendo os outros dançarem. Havia incomunicação também.

A empolgação dos indivíduos só fazia aumentar, principalmente quando a grande atração da noite, o Rock Roots Revolution entrou em cena. Fábio Smeili e Willian Santos pareciam que estavam lendo a mente dos dançantes, eles controlavam a temperatura da pista, e naquela noite estava bem alta. Os dois artistas eletrônicos tinham um *feeling* para perceber o que a pista desejava. A comunicação entre os *dj's* e o público era plena. Gritavam-se em uníssono, saldavam o grupo com uma salva de aplausos e quando a dupla lançou a primeira música quase todos começaram a pular e dançar como se a noite fosse acabar naquele instante. De acordo com Felipe Tarquínio, frequentador assíduo da casa:

¹⁷ Dados extraídos da entrevista em profundidade.



O local que frequento é composto por tribo de pessoas jovens, de 17 anos a 30 anos. E rola uma interação. Lá tem desde homossexuais a roqueiros, *playboys*, pessoal alternativo. Eu acho que o grupo que interage menos é o dos *playboys*, são mais na deles. Mas, já vi um grupo de *gays* dançando e de repente chegava uma tribo de roqueiros héteros e começavam a dançar todos juntos.¹⁸

O corpo daqueles jovens parecia explodir em alegria. Dançava-se muito, seja isoladamente ou em grupo. O espiral de som conduzia todos que ali estavam, todos eram varridos pela música, que guiava o corpo, as emoções, a energia do ambiente, as sensações. As batidas emitidas pelas caixas de som vibravam o chão do local e atravessava a pele dos dançantes, unindo-os. A música, o ambiente e a estrutura física dos dançantes se juntavam para um criar um corpo espaçado, panorâmico. *Bodyscape*, de fato.

Era nesse corpo espaçado que a interação se realizava. Para que a troca emocional ocorresse era preciso mais que um amontoado de carnes pulsantes e sim uma música e um ambiente que facilitasse sua realização. E a concretização desta troca era visível no Galpão 29. Por volta das três horas da manhã não se via ninguém parado, havia muita interação. Interação essa também mediada pela música, pela dança, pela moda e pela postura que aquelas pessoas adotavam. A música agia como um importante estimulante para a dança, ela fazia com que os presentes sincronizassem seus passos com as batidas eletrônicas, além disso, despertava em alguns uma vontade de rebolar-se de forma sensual e erótica, na maior parte das vezes em pares. A música realmente facilitava a interação no local. Sorriso estampado no rosto de alguns denotava uma expressão de alegria e facilitava a aproximação em alguns momentos. A interação não se realizava sem a presença do outro. O outro se torna uma peça indispensável para a vida em sociedade e para a fisiologia humana. De acordo com Boris Cyrulnik:

[...] sem a presença de um outro não podemos nos tornar nós mesmos, como revelam na tomografia as atrofias cerebrais das crianças privadas de afeto. Para desenvolver nossas aptidões biológicas, somos obrigados a nos descentrar de nós mesmos para experimentar o prazer e a angústia de visitar o mundo mental dos outros. Para nos tornarmos inteligentes, temos de ser amados. O cérebro, que era a causa do impulso para o mundo externo, torna-se aqui e conseqüência de nossas relações. (CYRULNIK, 2009, p. 5).

Relações essas facilitadas por meio da música, da dança, de conversas no ouvido – o som estava muito alto – e das drogas. No início da noite algumas pessoas tomavam refrigerantes e consumiam bebidas alcoólicas, não tinha sido visto ninguém, ainda, fazendo uso de substâncias ilícitas. Porém, no desenrolar da festa, alguns indivíduos

¹⁸ Dados extraídos da entrevista em profundidade.

começaram a fazer uso de drogas, seja no banheiro, ou no espaço que ficava atrás do *dj*, onde as pessoas geralmente ficavam descansando nos *puffs* e bancos disponíveis. Esse espaço funcionava também como um tipo de *chill-out*¹⁹, apesar de não ter música lenta para as pessoas repousarem, o volume do som lá era menor e o local era aconchegante. E por ser um lugar acolhedor, fazia com que as pessoas conversassem melhor e alguns momentos trocassem carícias entre si.

Trocas afetivas bem comuns em algumas *raves* em Natal. A compreensão do fenômeno *rave* de forma universal se torna imperativo, assim como também entender as suas singularidades inerentes em cada cidade, nesse caso Natal, em que ele germinou. Partindo desta perspectiva, pode-se traçar um paralelo com o princípio hologramático, que preza pela união e pela necessidade de ligar o conhecimento dos elementos ou partes ao dos conjuntos ou sistemas que elas constituem. A parte está no todo que está na parte. O holograma é a imagem física cujas qualidades de relevo, de cor e de presença são devidas ao fato de cada um dos seus pontos incluírem quase toda a informação do conjunto que ele concebe. (MORIN, 2007). Para Morin (2007), é impossível conhecer as partes sem conhecer o todo, como conhecer o todo sem conhecer particularmente as partes.

As festas de música eletrônica nesse contexto cumprem uma função primordial: resgatar elementos universais que estão enraizados na matriz arquetípica do *anthropos*. A dança, a música, o corpo, a moda, a interação que foi percebida nesse lugar, apontou para uma necessidade que os frequentadores têm de interação, de diversão, de prazer. O ser humano precisa disso tudo para viver. As festas de música eletrônica funcionam como um recorte, no meio de um panorama festivo, que alimenta o corpo social.

Corpo esse, bem disseminado no Galpão 29. No início da festa não havia quase ninguém se beijando apenas os casais que já chegavam ao local de mãos dadas. As horas foram se passando e os beijos, os abraços, as carícias foram começando a aparecer com uma maior frequência. O abraço e o beijo na boca respectivamente foram os exemplos de contatos físicos mais citados nos questionários. Na E-sessions tinha vários pares de heterossexuais e de lésbicas se beijando, contudo a maioria eram homossexuais do sexo masculino. O Galpão 29 era sinônimo de diversidade, variedade expressa no seu público.

¹⁹ Os *chill-outs* apareceram em Londres em meados dos anos 1980. *Clubbers* sentiam necessidade de continuar juntos, relaxar e esperar passar o finalzinho do efeito das drogas. (PALOMINO, 1999).

Público esse que ao final da festa não queria que a noite tivesse fim, inclusive o rapaz magro, de aparência diferenciada, com calça *skinny* branca, e corpo longilíneo. Já passavam das cinco horas da manhã, havia bem menos gente no local, mas o jovem com a mecha rosa-choque no seu cabelo estava lá de olhos fechados, sem se importar com os ponteiros do relógio, para ele o tempo havia congelado. Dançava sem parar, sentindo as batidas da música no seu coração e deixando toda a emoção daquele momento invadir seu corpo por inteiro.

Seja na construção da imagem, na busca de um ego sublime, de uma roupa exuberante, e de um visual atraente e criativo, a moda está ligada diretamente ao movimento eletrônico, a partir do momento, que toda roupa pede uma trilha sonora.²⁰



Figura 1 - Da direita para a esquerda, o Rapaz Magro e seu amigo

BIBLIOGRAFIA

AMARAL, Adriana; FERREIRA, Aletéia; FIEDLER, Josiany. **Blogs & Moda:** efemeridade, individualismo e multiplicidade na web. VII Simpósio da Pesquisa e Comunicação Intercom Sul, de 4 a 6 de maio de 2006. Trabalho apresentado no GT 6 - Tecnologia e Comunicação. Página 103.

BARNARD, Malcolm. **Moda e Comunicação.** Rio de Janeiro: Rocco, 2003.

²⁰ Dados extraídos da entrevista em profundidade com Nestor Mádenes.



BARTHES, Roland. **Sistema da moda**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, Editora da Universidade de São Paulo, 1979.

BETH, Hanno; PROSS, Harry. **Introducción a la ciencia de la comunicación**. Barcelona: Anthropos, 1990.

BRAGA, João. **História da Moda: uma narrativa**. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2004.

_____. **Reflexões sobre moda**. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2005, v. 1.

CANEVACCI, Massimo. **Fetichismos visuais: corpo eróticos e metrópole comunicacional**. São Paulo: Ateliê Editorial, 2008.

CASTILHO, Kátia; MARTINS, Marcelo M. **Discursos da moda: semiótica, design e corpo**. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2005.

CYRULNIK, Boris. **De corpo e alma: a conquista do bem-estar**. São Paulo: Martins Fontes, 2009.

FILHO, Ciro Marcondes (org.). **Dicionário de Comunicação**. São Paulo: Paulus, 2009.

LIPOVETSKY, Gilles. **Império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas**. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

MAFFESOLI, Michel. **O tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2006.

MERLEAU-PONTY, Maurice. **Fenomenologia da percepção**. São Paulo: Martins Fontes, 2006.

MORIN, Edgar. **Introdução ao pensamento complexo**. Porto Alegre: Sulina, 2007.

OLIVEIRA, Ana Cláudia de. **Corpo e roupa nos discursos da aparência**. Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho “Cultura das Mídias”, do XVI Encontro da Compós, na UTP, em Curitiba, PR, em junho de 2007.

PALOMINO, Erika. **Babado forte: moda, música e noite na virada do século 21**. São Paulo: Mandarim, 1999.

_____. **A moda**. São Paulo: Publifolha, 2002.

SERRES, Michel. **Variações sobre o corpo**. Rio de Janeiro: Bertrand, 2004.

SYLVAN, Robin. **Trance formation: the spiritual and religious dimensions of global rave culture**. New York: Routledge, 2005.