Cena Jovem no Arpoador: música, moda e territorialidades[1].

Cíntia Sanmartin Fernandes[2]
Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, R.J.

Resumo
Neste artigo avalia-se a relevância das experiências, dos afetos e da arquitetura dos lugares na alteração das territorialidades e do cotidiano urbano carioca: parte-se do pressuposto de que estes fatores potencializam diversas sociabilidades fundantes de um novo *ethos* (modos de co-habitar). Analisa-se de forma preliminar o papel de algumas atividades musicais na ressignificação dos espaços da cidade do Rio de Janeiro, mais precisamente no Arpoador. Buscou-se neste artigo descrever dinâmica do cotidiano deste lugar da cidade em que o viver, a experiência sensível de diversas "tribos" com o espaço (real e virtual), constrói sociabilidades fundadas nas partilhas musicais e da moda.

Palavras-chave: comunicação; música; moda; territorialidades.

Interações sensíveis na cidade

Nas *cidades interculturais* as narrativas estão sempre e constantemente sendo recriadas, deslocando-se e se re-imaginando com e por meio das relações com *os outros* (próximos ou distantes). É nesse movimento de descentramento que Canclini, por exemplo, - ao analisar as diversas narrativas sobre a globalização - propôs a reconceitualização dos "modos substancialistas ou intranacionais de conceber a cultura" das cidades. Para o autor, a interculturalidade auxilia a compreensão da passagem das "identidades culturais mais ou menos autocontidas para processos de interação e negociação entre sistemas socioculturais diversos" (CANCLINI, 2007, p. 49) presentes nas interações e experiências cotidianas contemporâneas das urbes.

Nesse sentido, parte-se da premissa de que a cidade do Rio de Janeiro é representativa dessas relações em que os espaços são redefinidos seguindo os fluxos e os fixos, as continuidades e as descontinuidades cotidianas balizadas por modos de estar, de vivenciar e de experienciar os locais e lugares por meio de uma prática cultural glocal[3] (ROBERTSON,

[1] Trabalho apresentado no GP Comunicação, Música e Entretenimento, XIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.
[2] Professora pesquisadora do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (PPGCOM/UERJ). E-mail: cintia@lagoadaconceicao.com
[3] Conforme Robertson (2009) o termo *glocalização* foi introduzido na década de 1980 como estratégia mercadológica japonesa, inspirada na *dochakuka* - palavra derivada de *dochaku* -, conceito originalmente referido à adaptação das técnicas de cultivo da terra às condições locais. Segundo ele, o conceito de "glocalização" tem o mérito de restituir à globalização a sua realidade multidimensional; a interação entre global e local evitaria que a palavra "local" definisse apenas um conceito identitário, contra o "caos" da modernidade considerada dispersiva e tendente à homologia.

2009) que em virtude de todos os seus possíveis movimentos contrastantes entre distâncias e proximidades "faz também redescobrir a corporeidade" aonde o corpo transforma-se numa "certeza materialmente sensível, diante de um universo difícil de apreender" e assim, os lugares "podem ser vistos como um intermédio entre o Mundo e o Indivíduo" onde "cada lugar, irrecusavelmente imerso numa comunhão com o mundo, torna-se exponencialmente diferente dos demais. A maior globalidade corresponde uma maior individualidade" – a uma glocalidade (SANTOS, 2008, p. 313-314). Desse modo, em acordo com Santos (2008), se faz necessário regressar aos lugares cotidianos considerando todas as relações e práticas sensíveis e inteligíveis que o fazem ser, ou seja: os objetos, as ações, a técnica e o tempo.

Essas práticas, enquanto "artes do fazer" cotidiano (CERTEAU, 2005), podem ser apreendidas em diversos lugares da cidade. Cidade que aqui é tratada como espaço comunicacional-interacional, vivificado nas dinâmicas socioculturais-ambientais comunicantes de diversas identidades, diversos modos de presença, diversos gostos, diversas significações tanto da arquitetura urbana quanto dos indivíduos que convivem e interatuam nelas e com elas.

O presente artigo objetiva, a possibilidade do deslocamento da compreensão social para além da funcionalidade, e das fixações identitárias apriorística, sugerindo que as experiências interativas entre indivíduos (considerando aqui os objetos) originam relações semi-simbólicas, ou seja, relações fluidas constituídas em situação que possibilitam um percurso de construção do sentido aberto, resultando num constante vir-a-ser contrariando as posições tautológicas a respeito da conformação essencialmente simbólica. O pressuposto é de que o existencial realiza-se pelos modos de presença que interatuam com o estético, o estésico e o funcional.

Assim as qualidades e suas significâncias conformadoras das estéticas-relacionais - considerando-se o corpo, a cidade (arquitetura e ambiente), e suas interações sensíveis – conduzirão a abordagem do "olhar comprometido" do sentido construído em ato (LANDOWSKI, 2005, 2002). Essa escolha analítica se debruça sobre uma perspectiva compreensiva das "cenas musicais" (STRAW, 1991, 2006) das urbes, que considera a sensibilidade e a inteligibilidade no processo de enunciação dos locais dos espaços urbanos sem excluir as redes "imateriais" da cibercultura (SÁ, 2011).

O conceito de cena delineado por Straw é amplo e se pode acenar o mesmo de diversos modos, conforme Sá (2011) essa noção refere-se tanto "a um ambiente local ou global; marcado pelo compartilhamento de referências estético-comportamentais"; como "supõe o processamento de referências de um ou mais gêneros musicais, podendo ou não dar origem a um novo gênero"; assim como "apontando para as fronteiras móveis, fluídas e metafóricas dos

grupamentos juvenis supõem uma demarcação territorial a partir de circuitos urbanos que deixam rastros concretos na vida da cidade e de circuitos imateriais da cibercultura, que também deixam rastros e produzem efeitos de sociabilidade marcadas fortemente pela dimensão midiática" (SÁ, 2011, p. 159).

O conceito enquanto metáfora espacial, marcado pelo compartilhamento de referências estético-comportamentais e especialmente como prática musical local/global é frutífero para o debate o qual se insere a presente pesquisa. Pensar as cenas nas tramas urbanas torna-se profícuo no momento em que o aproximo de alguns conceitos os quais venho articulando em trabalhos anteriores (ver FERNANDES 2010, 2011a, 2011c, 2012b) como: interações e experiências sensíveis, musicabilidades e territorialidades sônicas-musicais.

É a partir, portanto da experiência sensível na cidade que se pode compreender as musicabilidades, ou seja, as práticas socioculturais que tem como *élan* a música. Sociabilidades erigidas em um espaço afetivo e de pertencimento onde a música cria territorialidades distintas a partir dos movimentos de *transindividualidade* – constituída pelas interações inter-humanas incluindo o espaço e os objetos técnicos (SANTOS, 2008). Para tanto, elegeu-se o Arpoador, e mais precisamente um lugar que o constitui, a Galeria River, emblemático das experiências socioculturais glocais, na qual o cotidiano dá-se no convívio de diferentes grupos, pela circulação de distintos códigos identitários, éticos e estéticos (MAFFESOLI, 1995, 2007).

O Arpoador: "energia jovem que gira"

O Arpoador localiza-se na divisa entre as Praias de Copacabana (Avenida Atlântica) e Ipanema (Av. Vieira Souto). Além das duas praias, é conformado pelo Parque "Garota de Ipanema" local no qual, além de área de lazer e recreação, são realizados com frequência concertos com artistas nacionais e internacionais.

O imaginário sobre esse local da cidade está submerso nas histórias de práticas sociais transgressoras. O Arpoador, devido sua localização geográfica, serviu ao longo da metade do século XX como um recanto dos encontros clandestinos, dos novos comportamentos sexuais e de modas violadoras das normas e regras morais tradicionais.

A chegada do *surf* nas areias do Rio em meados dos anos de 1960 e início dos 70 representou não somente o advento da prática de um esporte, mas a origem de um estilo, no qual a juventude, a comida natural, as roupas confortáveis, os cabelos longos e a interação

sensível com a natureza ressignificaram os sentidos daquele espaço. As primeiras lojas de *surf* da zona sul se originaram do desejo de alguns surfistas viverem dessa cultura. A Galeria River localizada nos arredores, por exemplo, foi escolhida como o lugar tanto para se comercializar os diversos produtos relativos ao universo desta tribo como ponto de encontro, de sociabilidade entre os surfistas e outros grupos - os quais ocupavam as areias entre ela e o Píer de Ipanema - e que representavam a contracultura da época.

Conforme Ruy Castro,

> O Arpoador sempre acolhera várias turmas, até então, não houvera o predomínio de umas sobre as outras. Mas, com a crescente hegemonia do surfe, a partir de 1964 – e com a ocupação do Arpoador pelas grandes massas que os surfistas atraíam – os *habitués* os começaram a debandar (...). Em 1965, a cultura e mitologia do Arpoador clássico estavam chegando ao fim – mesmo porque, sendo Ipanema um território pronto para recebê-las, suas bandeiras erguidas (como a do sexo sem culpa) foram rapidamente assimiladas pelo bairro e deixaram de ser um privilégio. Com o Arpoador entregue aos surfistas, houve os que caminharam apenas alguns metros e se estabeleceram em frente à rua Rainha Elizabeth. (CASTRO, 1999, p. 43)

Ao mesmo tempo ainda conforme o autor a construção do Píer de Ipanema, o que seria um interceptor oceânico do bairro entre as ruas Farme de Amoedo e Teixeira de Melo, com uma escavação de trezentos metros feita para a colocação de tubos emissários de esgotos, causou uma transformação no mar que ocasionou o surgimento de ondas perfeitas para a prática do *surf*, assim,

> (...) em comparação ao que se passou naquelas dunas cobertas pelo fumacê, toda a modernidade duramente conquistada por três ou quatro gerações de pioneiros do Arpoador (...) ficou, de repente, antiga, tímida, superada (...) Durante três verões, até 1973, o Píer foi a liberdade no poder. Sexo, drogas, comportamento, idéias, vestuário, comprimento do cabelo, tudo era liberado. Era uma "república independente" nos piores tempos do regime militar: os anos Médice. Ao contrário do resto do país, que vivia sob a mais angustiante mordaça da história (...) no perímetro do Píer só era proibido proibir (CASTRO, 1999, p. 297).

O Píer transformou-se em

> (...) a praia hippie de Ipanema, um grande *underground* a céu aberto, o epicentro do desbunde (...) a moda do Píer eram as saias longas com o umbigo de fora e as batas indianas. Havia também quem circulasse vestindo calças saint-tropez, macacões e até ponchos (...) As pessoas se saudavam com beijos na boca (...). Não era uma praia, era uma atitude.

> Tudo fazia parte da cultura (*sorry* – contracultura) do Píer. As conversas eram sobre mapa astral, macrobiótica, orientalismo, comunidades alternativas, a "nova era", o disco do Cream, a peça Hair (CASTRO, 1999, p. 298).

Essa atitude, enunciada num estilo de vida[4] - como aponta Maffesoli (1995, p.64) nessa "'encarnação' ou ainda a projeção concreta de todas as atitudes emocionais, maneiras de pensar e agir, em suma, de todas as relações com o outro, pelas quais se define a cultura" - de jovens da década de 70, fomenta o imaginário carioca sobre o Arpoador constituído na imagem do *surf* e da *contracultura*, considerando todos os elementos simbólicos que lhes dão forma (SIMMEL, 2004).

Corroborando com esse imaginário, Beto Neves[5], estilista e proprietário da marca Complexo B com a loja homônima na Galeria River, afirma que a Galeria nos anos 70 era um "ícone da moda", pois além de lojas destinadas aos surfistas, boutiques como Aniki Bóbó[6], de Celina M. da Rocha destinava-se ao estilo dos jovens frequentadores das areias de Ipanema. O nome da marca de design psicodélico, criada em parceria com o artista plástico Gilles Jacquard, inspirou-se no filme homônimo do português Manuel de Oliveira, precursor do neorrealismo italiano e colaborou demasiadamente para atrair uma clientela que cultivava manifestações culturais típicas que emergiram após os anos 60. Conforme Neves,

> (...) nos anos 70, a referência que eu tenho (...) era como um ícone de moda. Foi a primeira Galeria a ter moda. Você pode pesquisar algo sobre a estilista da Aniki Bóbó (...) que abriu uma loja na Galeria no boom do Píer de Ipanema. Antes disso a Galeria era um lugar de açougueiro, sapateiro, quitanda, era uma coisa do bairro (...) Aniki Bóbó instalou-se como referência de moda pensada para aqueles que frequentavam o Píer e o Arpoador, como Gal, Caetano entre outros formadores de opinião. (Beto Neves)

A partir dos relatos acima se compreende que a Galeria River representa um marco do consumo cultural e do entretenimento dedicado ao jovem que emergiu como um protagonista das sociedades no pós-guerra. As transformações identitárias no campo da cultura e da política influenciaram a iniciativa do mercado em definir um novo segmento: o jovem. Desse modo, a partir da década de 1960 expandiu-se as possibilidades de criação de

[4] Utiliza-se o conceito a partir da obras de M. Maffesoli que, assim como o sociólogo Guyau já havia apontado, "o estilo de um homem ou de um determinado grupo nada mais era do que a cristalização da época em que viviam" (MAFFESOLI, 1995, p.29).
[5] Beto Neves é estilista e proprietário da marca Complexo B. Entrevista concedida em 5 de outubro de 2012
[6] Sobre Aniki Bóbó consultar: Renata Sernagiotto "Butiques de Ipanema" in Antenna Web – Revista Digital do IBModa http://www.antennaweb.com.br/edicao2/artigos/artigo2.htm Acesso em 22 janeiro 2013.

produtos culturais para atender a diversidade cultural emergente na re-configuração das identidades culturais marcadas pela *beat generation*, pelo movimento *hippie*, psicodelismo, orientalismo, tropicalismo, movimento de liberação sexual (por um viés psicanalítico), sufistas, *rock´n roll* e a liberação feminina. O estilo dessa juventude foi traduzido e apropriado por diversas marcas que associaram o conceito de liberdade e movimento aos seus produtos como a famosa *Hang Ten*[7] (marca californiana precursora da roupa para prática do *surf*).

Para Neves, a história da Galeria não pode ser desvinculada dessas revoluções comportamentais desde a década de 1970 que passaram (e passam) pelo Arpoador, pois influenciam diretamente as transformações ocorridas na River. Conforme o entrevistado as lojas da Galeria River até os dias de hoje estabelecem sintonia com os estilos de vida do Arpoador, assim, "depois do *surf*, passou para os esportes radicais, na evolução foi para os patins, o skate, voltou pro *surf*, depois para o patins e o skate hoje em dia todos esses estilos convivem". O mais importante para o entrevistado é compreender que em todas essas práticas culturais há "*uma energia jovem que gira*" e que reatualiza os estilos e estéticas desses grupos.

Contudo, nos em fins dos anos de 1980 e por toda década de 1990, a Galeria passou por uma crise bem aguda devido à conjuntura política e econômica do Rio de Janeiro. A conjuntura da época somada ao discurso da insegurança social[8], disseminada pela mídia local e nacional, em conformidade com a construção de novos shoppings que ofereciam um espaço de conforto e segurança para as compras e o lazer, fez com que muitos frequentadores da zona sul adotassem esse novo hábito de consumo.

Muitas lojas fecharam, mas houve àqueles que permaneceram como o estúdio de tatuagem do Caio Tatoo e algumas lojas de *surf* (prática que permaneceu na cultura de praia do Rio). Nesse momento, estabeleceu-se certa descrença dos lojistas em relação à retomada do "espírito da Galeria" inclusive porque as lojas que ficam defrontes para a rua Francisco Otaviano, onde hoje se instalou Board´s Co, o boteco Informalzinho, o Espaço Reserva + e a Osklen, foi alugado pela Refricentro (uma loja de ar condicionado para carros). Conforme Beto Neves, que abriu sua loja na Galeria em 1999,

> o grande problema que tinha na Galeria era o Refricentro que tomava conta de quase toda frente (...)então ficava a Galeria com metade dela tomada por essa loja. A Refricentro predominou, ela queimava a imagem da

[7] Ver http://www.hangten.com.mx/historia.html
[8] Os discursos mais representativos são àqueles vinculados à idéia de "cidade partida" muito disseminada a partir do livro do jornalista Zuenir Ventura. *Cidade Partida*. São Paulo: Companhia das Letras, 1994.

> Galeria... (...) tem umas 50 lojas e nos anos 90, quando eu entrei tinham 15 lojas vazias, então o momento estava bem deprimido (...). O sonho de todo mundo era tirar aquilo dali e trazer marcas que trouxessem o público jovem novamente para o lugar. Isso só foi acontecer recentemente.

A grande virada parece ter acontecido em concomitância com um novo estilo de cultura jovem do início dos anos 2000 que aportava nas grandes cidades como São Paulo e Rio de janeiro e que tinham o Mercado Mundo Mix e a Feira Babilônia como referencial de moda, comportamento e estilo de vida. Neves afirma que alguns estilistas procuravam no Rio de Janeiro um lugar como a Galeria Ouro Fino de São Paulo, polo da cultura jovem urbana daquele momento social.

> Foi nesse momento que o pessoal de moda que estava participando do Mercado Mundo Mix e do Babilônia, descobriu esse lugar como uma oportunidade de preço e a energia não estava morta. *A energia jovem se mantinha*. Passa tudo, cria-se Barra Shopping, Barra Sul, Ipanema, mas a Galeria sobrevive. Tanto é que agora estão redescobrindo o lugar.

Reiterando esse movimento de mudança Neves ainda declara que,

> (...) foi nos finais dos anos de 1990 com o nascimento dessas novas marcas, o nascimento dessa moda carioca alternativa - assim como em São Paulo tinha a Galeria Ouro Fino, que é uma referencia lá. Aqui precisava firmar aonde seria esse nicho alternativo de moda além do Babilônia. Aí umas 5 marcas, em 1998/9 vieram para cá. Estávamos atendendo as demandas dos clientes que queriam ter um provador, uma loja, estávamos indo em cima dos desejos. Aglutinamos 5 marcas e depois ficaram 3, enfim, dessa época eu fui o único que sobrevivi. Eu abri em 99, já tem 13 anos que estou aqui.
>
> (...) eu tinha fechado minha loja, e eu jurei que não abriria mais uma, me estabilizar, ter empregado, eu queria viver na informalidade, no artesanal das feiras(...) mas foi tão mais forte essa necessidade de ter um ponto de referência no Rio, a coisa estava crescendo tanto e aí no dia seguinte eu peguei o carro e vim até aqui. Tinham umas 5 opções de lojas vazias, eu vi essa loja , aliás umas das menores lojas da Galeria e eu vislumbrei... tinha uma grade e eu olhei e falei aqui é minha loja e aqui vai ter um São Jorge!

Marcos Cavalcante[9] (um dos sócios da Boards CO, e sindico da Galeria desde de 1996) também admite que a década de 90 foi um período difícil para o lugar.

[9] A entrevista na íntegra pode ser acessada em: http://galeriariver.com.br/site/2012/10/16/entrevista-com-marcos-cavalcante/

> Quando assumi tinha 16 lojas fechadas e uma inadimplência muito grande, com rombo de caixa. Alguns lojistas migraram para Ipanema achando que a galeria iria sucumbir. Enxugamos os custos, atualizamos os valores cobrados pelo condomínio e colocamos a casa em ordem. Depois partimos para a modernização e o aumento das ações de marketing que não existiam. De pouco em pouco fomos alcançando os objetivos. Primeiro convenci um lojista que tinha uma loja sem as características da galeria (Refricentro) a passar o ponto, entrando novas lojas que deram mais destaque ao nosso espaço. Board´s Co, Botequim Informal e Reserva , ocuparam a frente da Galeria, dando uma nova cara a entrada . Sem dúvida isso valorizou muito a fachada da River. Continuamos nessa ideia de mudar o conceito da Galeria, que comprovadamente deu certo. Convenci também os outros proprietários que tínhamos que seguir nesse processo de melhoria da fachada de entrada da Galeria, procurando modernizar o ambiente.

Ao analisar os depoimentos o que se evidencia é a constante reatualização do conceito de juventude. Ao que tudo indica o "espírito do lugar", os seus modos, estilos e estéticas vincula-se a esse imaginário desde as décadas de 1960/1970. Recuperar esse estilo parecer ser o objetivo dos empresários. Para Neves, é a força da juventude que faz com que esse espaço da cidade permaneça como referência cultural juvenil, como ponto de encontro de diversas tribos que independente da idade tem "uma harmonia com o tempo" e essa relação gera uma vida saudável.

> O que é jovem? Eu acho que é um espírito saudável! A Galeria tem um espírito saudável! E eu falo saudável como tomar o mate e o açaí, como comer no Hare burguer, tomar uma cerveja com batata frita e carne no Informalzinho... que tem seu lado saudável, como as roupas dos esportes, o skate, como o frescor da Complexo B... essa coisa da contramão, mais *fresh*, isso é que é ser jovem, é ser saudável! *É essa vantagem (...) ter um tempo mais estendido. O cara que vem com o filho (...) jovem para mim é ter uma harmonia com o tempo.* O cara pode ter 60 anos e se sentir bem ali. Esse espírito, essa coisa sem preocupação com o tempo do corpo... e sim com a alma... estar ali (...)
>
> Eu não sou do surfe, não tenho nada a ver com surfe... a minha onda pode cruzar com a deles numas de sou carioca, sou saudável, sou contemporâneo. Arrisco-me assim como quando o cara entra no mar, ou quando ele entra numa proposta nova de roupa, mais "conceitual" mais subjetivo ele entra no risco... tem a história da tatuagem... também virou um boom...e essa coisa do culto ao corpo. Ou seja, pelo esporte ou como você cobre o corpo, então tem esse link, tem essa coisa jovem, tem um espírito jovem aí!!

Territorialidades sônico-musicais

A Galeria, que sempre teve uma ligação com a cidade, especialmente com Ipanema e Arpoador, atualmente, passa por um novo momento com o estímulo a abertura de lojas voltadas para a Gastronomia como o Informalzinho (representante da cultura de botequim carioca) o Mate e o Hare Burguer (que se consagrou nas areias cariocas por seus sanduíches vegetarianos).

A chegada da loja *Reserva* +, há mais ou menos um ano e meio, à Galeria também contribui para o resgate da identidade cultural que a caracterizou a década de 1970/1980, conforme Kin[10], gerente do espaço Reserva +,

> (...) a escolha do ponto da Galeria River aconteceu porque é um ponto especial pela localização, pois fica entre a praia de Copacabana e de Ipanema , e foi o centro, o lugar importantíssimo para a formação do "caráter carioca". Foi aqui que começou o surfe foi aqui que começou a "cultura do carioca". A "identidade carioca" nasceu daqui... Então quando surgiu este ponto pensamos que estar aqui na Galeria e participar desse novo momento da cidade seria positivo para a marca. Com a Olimpíada e a Copa do Mundo e tudo mais, o momento econômico favorável, tentar aproveitar esse espaço que foi o berço da identidade carioca para tentar fazer ressurgir essa produção cultural na cidade.

A questão da localização, da espacialidade da Galeria em relação à cidade, surge em vários depoimentos como um elemento de muita força para a dinâmica cotidiana do lugar cujo signo do *glocalismo* e do hibridismo cultural está presente. No argumento de Kin,

> a rua Francisco Otaviano é um dos pontos mais democráticos do Rio. A rua deve ser um dos lugares aonde tem mais estrangeiro circulando no Rio de Janeiro, a proximidade entre Ipanema e Copacabana, tem o Morro do Cantagalo que é do lado, tem o ponto final de diversos ônibus e é por aqui então que todo mundo anda, domingo a rua ta fechada então tem de tudo! Copacabana já tem uma mistura incrível, Ipanema também, por ser a praia que o carioca mais freqüenta, também tem um fluxo muito grande. Então para mim, o Arpoador é um dos espaços mais democráticos e misturados da cidade e, assim, com isso, a Reserva+ tem um público que quase não conseguimos classificar por ser eclético demais.
> (...) E acho que o espaço é mais ou menos isso, contém essa diversidade e tem ganhado força com o passar do tempo as pessoas começam a conhecer já sabem que todo sábado e domingo tem show, que segundas e terças tem teatro, e que sempre temos uma exposição de algum artista plástico, da cidade, do país ou estrangeiro (...)

[10] Kin, em janeiro de 2011 foi convidado pelo dono da marca (Roni) para ser gerente do projeto da marca Reserva, o espaço Reserva +, inaugurado em agosto de 2011. Entrevista realizada em 8 de agosto 2012.

Ainda sobre os fluxos de pessoas, carros, bicicletas Kin afirma que devido ao fato do lugar ser de "de passagem", estar no traçado da ciclovia da cidade e ter um estilo descontraído, colabora para que o transeunte pare pós-praia a pé, de skate, de patins, ou de bicicleta, sem necessitar retornar para casa ou hotel, para desfrutar tanto da gastronomia, como dos shows e das compras. Conforme Kin,

> (...) no verão fica mais cheio, a cidade fica cheia, a idéia do espaço até pela localização é o pós-praia, o show nos finais de semana são às 18, 18:30 hs , as pessoas saem da praia e vem para cá... a descontração do espaço permite isso, a pessoa vem suja de areia, entra e vê o show, toma uma cerveja...então é um lugar muito bom para isso(...)
> As bicicletas, acho que é uma cultura que vem crescendo no mundo e o Rio é uma cidade incrível para isso. Plana, tem uma orla que pega quase a zona sul por inteiro, tem a questão da sustentabilidade, um momento mais saudável. Por estar estrategicamente na ciclovia a Galeria, tem o pessoal que vem de skate, de bicicleta, de patins (...)

Cavalcante complementa essa opinião ao alegar que,

> (...) o fato da galeria estar na continuidade do calçadão, que liga o Leblon ao Leme , ficar próximo ao Arpoador, e estar no meio dos bairros de maior rede hoteleira da cidade do Rio, fez com que nos tornássemos um *ponto de passagem* natural de turistas que vem visitar nossa cidade.

O "estar na continuidade do calçadão", como afirmado acima, é de extrema importância para a compreensão da espacialidade da Galeria, o que conduz a refletir acerca da dimensão comunicativa desse espaço. Sua arquitetura é de linha reta e horizontal, e ocupa o piso térreo de um edifício de moradia. Quem a olha frontalmente a vê em relação aos outros prédios vizinhos em uma descontinuidade com a verticalidade preponderante nos edifícios ao redor. Essa horizontalidade, com piso direito baixo (sem o uso do vidro como elemento funcional para garantir a relação com o tempo natural) - ao contrário do que definiria para Benjamin o construto arquitetônico de uma Passagem -, rompe com qualquer interação verticalizada e aproxima os corpos dos *habitués* ao deslocar a atenção para as lateralidades do espaço ampliando os movimentos dos corpos no espaço-tempo, permite assim, como nos fala Neves, viver "em harmonia com o tempo" e assim com o ambiente.

O revestimento do piso de pedras portuguesas pretas e brancas formando a figura representada no calçadão de Copacabana, ao longo de toda Avenida Atlântica, reinscreve o passante ao reiterar por meio da plástica preto/branco em um jogo curvilíneo, os signos de Copacabana criando o sentido de continuidade entre os espaços dentro/fora. Assim esse

espaço é vivido como passagem, como extensões das ruas. Continuidade também ampliadora do espaço.

A Galeria utiliza luzes artificiais devido ao seu projeto arquitetônico dividido em três corredores principais - dois paralelos, por onde se entra e sai da Galeria e um perpendicular que faz a ligação entre os dois, e esses se ligam a pequenos corredores sem saída - cuja entrada e o caminho da luz natural se faz pelas duas amplas aberturas que acessam a rua.

Ao circular pelos corredores as vitrines organizam os objetos a serem consumidos e que servirão como élan e reconhecimento das diversas tribos que transitam pela Galeria. Modas variadas entre o *surfwear*, os grunges, os alternativos contemporâneos, os roqueiros e os lutadores de jiu-jítsu, bem como os acessórios e os equipamentos para os amantes do *surf* e atualmente do *stand up*, do *skate*, das lutas marciais, do frescobol, dos patins, do vôlei e futebol de praia etc. compõem a variedade de objetos que possuem uma função simbólica, não simplesmente útil.

Como Maffesoli, interpreta-se o ato do consumo não como a obtenção de um objeto manufaturado funcional, mas como uma relação que permite a manifestação do sensível, da necessidade de singularidade, identidade e da experiência estética. Assim, a aquisição dos objetos simboliza "la misteriosa alquimia que amalgama hedonismo y estética, y que se vuelve casi una ética, es decir, un vínculo social" (MAFFESOLI, 2009b, p. 90).

A ideia do vínculo social ganha força no depoimento de Kin que reitera os estilos de vida dos consumidores da Galeria,

> (...) acho que a nossa proposta é que seja um lugar de encontro. Os barzinhos, o Informalzinho aqui do lado, a gente, tem possibilitado que a Galeria River se torne um lugar para descontração para o entretenimento mesmo, não só uma Galeria tradicional que você vai e compra alguma coisa, é claro que... espero, que mantenha o clima praiano que a cidade tem e hoje em dia tem muita força por causa do skate, estar numa galeria que tá na orla, na rua (...) e a rua fecha aos domingos (...) tem muita gente que vem para cá comprar skate no Dudu lá dentro, passear pela orla, e acabam curtindo uma música aqui no nosso espaço (...) então é um lugar muito legal (...)

A capacidade de mobilização das experiências musicais presenciais e das interações realizadas no Arpoador e na Galeria (que integram de forma harmoniosa vetores como sonoridade e espacialidade) vêm ganhando visibilidade no cotidiano. Essas musicabilidades" (sociabilidades que gravitam em torno da música) ou " territorialidades sônicas-musicais" (FERNANDES, 2011) florescem com frequência no Rio e são resultado

de insurgências das ruas, do engajamento e da atuação dos atores sociais no espaço público. Pode-se dizer que a experiência musical promovida pelo Reserva + vem permitindo construir processos de "reterritorialização" (DELEUZE, GUATTARI, 1995) significativos nesta microrregião.

O Arpoador vem servindo de palco desde a década de 80 com a presença do Circo Voador e do bar Jazz Mania , e na atualidade com o Studio RJ (vide o sucesso do Noite Fora do Eixo realizado todas quintas-feiras), para a realização de shows e eventos que envolvem a música ao vivo. Festivais de Jazz como Bourbon *Street Fest*, realizado no Parque Garota de Ipanema (que trouxe importantes bandas, tais como Orleans St. Jazz Band; Terrance Simien & The Zydeco Experience; e Shamarr Allen & The Underwags), bem como o Festival de música/intervenção urbana *Dia da Rua* patrocinado pela marca *Farm*[11] e pelo portal Oi Novo Som. Assim moda e música associam-se e criam territorialidades por meio de estilos de vida. A *Farm*[12] e a *Reserva* + seguem investindo naquilo que denominam *lifestyle*. Mais do que roupa as duas marcas, como a *Complexo B*, vendem entretenimento articulado a estilos de vida!

Considerações finais

O importante é perceber que esses territórios ao mesmo tempo em que estão demarcados por uma questão da lógica funcional do espaço (vitrines, incentivo ao consumo etc.) interagem sensivelmente com os indivíduos que ali circulam e em conjunção transmutam o sentido originalmente traçado no projeto racional convertendo-o em pequena territorialidade. Territorialidade entendida como uma complexa experiência capaz de gerar ajustamentos nas formas de ação e interação do indivíduo no mundo onde este, devido à sua autonomia e integridade, pode navegar e construir, em seu cotidiano, relações inesperadas constituidoras dos lugares.

Espaços não somente inteligíveis, mas sensíveis, afetivos, onde existir não é apenas seguir regras e normas, sejam elas de qual ordem forem, mas arriscar-se em *outras possibilidades*, à aventura do lançar-se na cidade de forma sensual, em que corpo e

[11] Ver http://www.farmrio.com.br/adorofarm/dia-de-musica

[12] Na página eletrônica da marca encontramos a seguinte descrição: "foi com estampas, cores e muita descontração que a FARM surgiu na zona sul do rio e conquistou o Brasil (...) era uma vez um pequeno estande numa feira de moda. Ele virou uma loja e depois uma rede de lojas, que conquistou uma cidade, depois outras cidades, estados e, até, outro país. Aquele pequeno estande se tornou a marca da menina carioca e, quem diria, deu origem a um lifestyle: o estilo de vida FARM".

ambiente (artificial ou natural) interagem gerando outros significados para os locais, transformando-os em *lugares* (FERRARA, 2007).

Com isso afirmamos que os espaços se *lugarizam* à medida que os indivíduos se apropriam deles, sentindo-os, intercambiando com o ambiente, desvelando-os, ao mesmo tempo em que se desvelam, gerando a possibilidade de infinitas conformações de espacialidades que tecem o cotidiano da vida citadina. Trama infinita, aberta e amorfa. Rede geradora de possibilidades comunicativas e culturais onde o consumo da música e da moda aparece como uma prática de reconhecimento cultural, de identidade de um indivíduo ou grupo, ou seja, de estilos de vida.

Referências bibliográficas

BENJAMIN, Walter**. Passagens**. Belo Horizonte e São Paulo: Editora UFMG e Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 2006.

CANEVACCI, Massimo. **A Cidade Polifônica: ensaio sobre antropologia da comunicação urbana.** São Paulo: Studio Nobel, 1993.

CANCLINI, Nestor G. "Imaginários culturais da cidade: conhecimento/espetáculo/desconhecimento". In: COELHO, Teixeira. **A Cultura pela Cidade**. São Paulo: Iluminuras: Itaú Cultural, 2008.

CANCLINI, Néstor G. **A Globalização Imaginada.** São Paulo: Iluminuras, 2003.

CANCLINI, Néstor G. **Culturas Híbridas**. São Paulo: EDUSP, 2000.

CASTRO, Ruy. ***Ela é carioca: uma enciclopédia de Ipanema***. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.

CERTEAU, Michel de. **A Invenção do Cotidiano: 2 morar, cozinhar**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2005.

DELEUZE, G.; GUATARI, F. **Mil platôs: capitalismo e esquizofrenia**. São Paulo: Editora 34, 5 vol. 2004.

FERNANDES, Cíntia S.; HERSCHMANN, M. Nova Orleans não é aqui? Brasília: **E-COMPÓS**, setembro, VOL. 15, N. 2 , 2012.

FERNANDES, Cíntia S. Territorialidades cariocas: cultura de rua, sociabilidade e música nas "ruas galerias" do Rio de Janeiro. In: **Comunicações e Territorialidades: Rio de Janeiro em Cena**. Guararema, SP : Anadarco, 2012b.

FERNANDES, Cíntia S. Sociabilidade e "cultura musical de rua" no Rio de Janeiro. In: XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação; Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2012, Fortaleza. **ANAIS XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação .** Fortaleza: INTERCOM – 2012c.

FERNANDES, Cíntia S. Música e sociabilidade: o samba e choro nas ruas-galerias do centro do Rio de Janeiro. In: **Nas bordas e fora do mainstream musical. Novas tendências da música independente no início do século XXI**. São Paulo: Estação das Letras e Cores Editora, 2011a.

FERNANDES, Cíntia S., SOUZA, J. Sociabilités Contenporaine: Le Pelourinho énonçante des moeurs et des modes. **Esprit Critique**, v.1, p.185 - 203, 2011. *Home page***:** [http://www.espritcritique.fr]Publication Esprit Critique, mars 2011b.

FERNANDES, Cíntia S. HERSCMANN, M. Territorialidades Sônicas e Re-significação de Espaço do Rio de Janeiro. **Logos** (UERJ). , v.18, p.6 - 17, 2011c.

FERNANDES, Cíntia S. Raison sensible, expérience sensible: la Galerie du Rock comme un espace de sociabilité. **SOCIÉTÉS.** Science & Motricité (Belgique. Imprimé). , v.109, p.63 - 76, 2010.
FERNANDES, Cíntia, OLIVEIRA, A. C. A. M., C. S., Souza, Jô. O Conjunto Nacional na artéria da Av. Paulista. São Paulo, cidade glocal. **Caderno de Discussão do Centro de Pesquisas Sociossemióticas.** , v.15, 2009.
FERRARA, Lucrécia. D. Cidade: meio, mídia e mediação. **MATRIZES**, Ano 1, n.2 (jan-jun.). São Paulo: ECA/USP, 2008.
FERRARA, Lucrécia. D. **Espaços Comunicantes**. São Paulo: Annablume, 2007.
FREITAG, Barbara. **Teorias da cidade.** Campinas, SP : Papirus, 2006.
GEERTZ, Clifford. **A Interpretação das Culturas.** Rio de Janeiro: Zahar, 1978.
IANNI, O. **A sociedade global.** Rio de Janeiro: Civilização Brasil, 1992.
LANDOWSKI, Eric. Les interactions risquées. **Nouveaux Actes Semiotiques**. Pulim: Limoges, 2005.
LANDOWSKI, Eric. **Passion sans nom**. Paris PUF, 2004.
LANDOWSKI, Eric. **Presenças do Outro**. São Paulo: Editora Perspectiva, 2002.
MAFFESOLI, Michel. **O Mistério da Conjunção**. Porto Alegre: Sulinas, 2009 a.
MAFFESOLI, Michel. **Iconologias. Nuestras Idolatrías Postmodernas**. Barcelona: Península, 2009 b.
MAFFESOLI, Michel. **Le réenchantement du monde. Une éthique pour notre temps**. Paris : La Table Ronde, 2007.
MAFFESOLI, Michel. **Notes sur la Postmodernité: le lieu fait lien**. Paris: Editions du Felin/Institu du Mond Arabe, 2003.
MAFFESOLI, Michel. **A conquista do presente**. Natal: Argos, 2001.
MAFFESOLI, Michel. **Eloge de la raison sensible**. Paris: Grasset, 1996.
MAFFESOLI, Michel. **A contemplação do mundo**. Porto Alegre: Ofícios, 1995.
MAFFESOLI, Michel. **O Tempo das Tribos.** Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 1987.
MERLEAU-PONTY, Maurice**. O Olho e o Espírito**. São Paulo: Cosac & Naify, 2004.
OLIVEIRA, Ana C. M. **Vitrinas: acidentes estéticos na cotidianidade**. São Paulo: EDUC, 1997.
ROBERTSON, Roland**. Nous vivons dans un monde glocalisé.** http://www.lecourrier.ch/index.php?name=NewsPaper&file=article&sid=37962 Acessado em 09/10/2009.
SÁ, Simone P. de. " Will Straw: cenas musicais, sensibilidades, afetos e a cidade". In GOMES, Itania M; JANOTTI, Jeder Jr. (orgs). **Comunicação e estudos culturais**. Salvador: EDUFBA, 2011.
SANTOS, Milton. **A natureza do espaço**. São Paulo: Edusp, 2008.
SANTOS, Milton. **Da totalidade ao lugar**. São Paulo: EDUSP, 2005.
SENNETT, R. (1997) **Carne e Pedra: o corpo e a cidade na civilização ocidental**. Rio de Janeiro: Record.
SIMMEL, Georg. **Questões fundamentais da sociologia**. Rio de Janeiro: Zahar, 2006.
SIMMEL, Georg**.,** ***Pont et Port. Cahier de l'Herne***. Paris: Ed. de l'Herne, nº 45 ,1983.
SIMMEL, Georg. **Fidelidade e gratidão e outros textos**. Lisboa: Relógio D'Água, 2004.
SINGER, Ben."Modernidade, hiperestímulo e o início do sensacionalismo popular". In: CHARNEY, Leo; SCHWARTZ, Vanessa R. (org.). **O cinema e a invenção da vida moderna**. S. Paulo: Cosac & Naif, 2001.
YÚDICE, George. **A conveniência da cultura. Usos da cultura na Era Global**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2004.