



Reflexões acerca da Caracterização de Grupos Identitários entre os Territórios Material e Virtual de uma Praça Pública¹

Ana Cesaltina Barbosa Marques²

Aluna do Mestrado em Comunicação da Universidade Federal do Ceará

Resumo

Jovens frequentadores de uma praça pública em Fortaleza (CE) criam comunidades virtuais que estendem as relações de sociabilidade para o ciberespaço. No território concreto e também no imaterial, as relações de identificação e diferenciação fundam a consciência do “nós da comunidade”. São jovens sujeitos ao jogo de forças que desestabiliza as referências identitárias tradicionais e os coloca diante de próteses identitárias, que são resignificadas no contexto específico da Praça Portugal.

Palavras-chave

Sociabilidade; Identidades; Novas Tecnologias de Comunicação e Informação.

1. Encontros na Praça

Jovens frequentadores da Praça Portugal, em Fortaleza (CE), engendram ali relações de identificação e diferenciação tomando como referência estilos identitários difundidos pelo mercado para serem consumidos pelas subjetividades. Nas noites de sábado, diante de iguais e diferentes, os sujeitos experimentam performaticamente o “estar junto”. Mas as relações não se restringem àquele momento. Pelo menos 18 comunidades já foram criadas no site de relacionamentos Orkut³ para promover encontros virtuais entre os frequentadores da Praça Portugal.

No ciberespaço, as dinâmicas de sociabilidade são semelhantes àquelas vividas na Praça, embora sejam usados outros signos. Por meio de fóruns e enquetes, os membros das comunidades trocam informações sobre músicas, quadrinhos, moda, entre outras coisas. Cantam juntos e se agridem verbalmente. Organizam festas, paqueram, combinam encontros, reivindicam o direito de ocupação da praça. As comunidades

¹ Trabalho apresentado à Divisão Temática de Comunicação, Espaço e Cidadania, do XI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste.

² Aluna do Mestrado em Comunicação da Universidade Federal do Ceará, bolsista da Capes (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior), especialista em Antropologia e Mundos Contemporâneos pela Universidade Católica de Brasília, graduada em Comunicação Social pela Universidade Federal do Ceará. E-mail: anacesaltina@gmail.com

³ Orkut: site de relacionamentos virtuais desenvolvido pela empresa Google, em que público brasileiro constitui maioria (49,69%, em abril de 2009). Acessível em www.orkut.com.br



virtuais funcionam como extensões da Praça Portugal ao manter os frequentadores interconectados independente de localização geográfica.

O ambiente virtual, nova arena para trocas simbólicas, é também espaço para práticas de significação, envolvidas em relações de poder. Espaço para a diferenciação social, por meio de identificações e diferenciações.

2. A Ocupação da Praça

Definir “praça” como área pública não construída dentro de uma cidade, destinada ao descanso e ao lazer⁴ é citar um conceito pelo menos deslocado. Nas metrópoles contemporâneas, as praças se modificaram, bem como seus usos. Hoje estão marcadas por um design fundamentado na visualidade da paisagem e nem sempre são capazes de se estabelecerem como lugar de convívio na esfera de vida pública. Em geral, as praças são espaços feitos não para estar, mas para serem adornos da cidade.

A Praça Portugal, localizada no bairro Aldeota, em Fortaleza, no Ceará, caracteriza-se como uma praça-rotatória, condição decorrente de seu isolamento por meio do fluxo intenso de veículos em seu entorno. Seu formato circular se interpõe no cruzamento das avenidas D. Luís e Desembargador Moreira. Está cercada por shoppings e prédios comerciais. O local é pouco frequentado, apesar dos bancos à disposição do público. Exceto nas tardes e noites de sábado, quando ali se juntam dezenas de jovens, de estilos variados.

O cimento do “estar junto” entre os jovens frequentadores da Praça Portugal é constituído por encontros/confrontos. São processos de identificação e diferenciação que se estabelecem a partir de elementos significantes no sistema de classificação de grupos identitários. Esses elementos podem ser produtos da indústria cultural (música, quadrinhos, moda) e ainda da orientação sexual, da reivindicação da ocupação do espaço público, entre outros.

Os atuais frequentadores contam que, no final dos anos 90, foram chegando fãs de RPG (role *playing* game, ou jogo de interpretação de papéis) e *otakus* (fãs da cultura pop japonesa). Eles encontraram na Praça Portugal um ambiente mais livre que o dos shoppings, local em que aportaram inicialmente. Lá incomodavam os comerciantes por ocuparem as mesas destinadas aos clientes e não consumirem.

⁴ Definição apresentada pelo dicionário Houaiss, em consulta à versão on-line. Disponível em: <http://houaiss.uol.com.br/busca.jhtm?verbete=pra%E7a&stipe=k>



Essa é a mais forte das hipóteses que explicam o que levou esses sujeitos da “geração shopping center” a desafiarem o intenso tráfego de veículos e a reocuparem a Praça Portugal. O espaço foi inaugurado na década de 60. Nos anos 80, feirinhas comercializavam flores, comidas típicas e artesanato que atraíam frequentadores regularmente. O fluxo de visitantes havia cessado até a chegada desses jovens, no final dos anos 90, reunidos em torno do consumo de produtos da indústria cultural – jogos, quadrinhos, música, moda.

As falas dos frequentadores indicam que o boca a boca espalhou a notícia sobre um espaço de liberdade e segurança para os encontros de sábado. Liberdade por não ser um local de passagem de pedestres, portanto livre de olhares censores. Segurança por estar no coração de um dos bairros nobres da cidade, em território dos mais bem guardados pelos serviços de segurança pública. Por essas e outras razões, essa geração de frequentadores foi crescendo e se diversificando. Atualmente, há também *emos* (fãs do estilo musical denominado *emocore*), *head bangers* (fãs de *heavy metal*), *indies* (fãs de *indie rock*, ou rock alternativo), góticos (ouvem *gothic-rock*, entre outras coisas) e, mais recentemente, chegaram os *from UK* (ouvem *metalcore*, uma mistura de *heavy metal* com *hardcore*, entre outras coisas).

3. Sociabilidade entre o Material e o Virtual

Os frequentadores da Praça Portugal também organizaram espaços de interação na rede mundial de computadores. Criaram comunidades virtuais no site de relacionamento Orkut e lá mantêm contato com uma frequência aleatória, já que o acesso às enquetes ou aos fóruns de discussão⁵ é livre, a qualquer hora. Dessa forma, eles não precisam esperar pelo sábado para viverem seus encontros/confrontos.

No ciberespaço, as dinâmicas de inter-relação entre os sujeitos e os grupos de frequentadores da praça guardam similaridades às observadas no encontro presencial. No site de relacionamentos Orkut, os membros das comunidades virtuais encontram também meios para indicar ou negar a filiação a um determinado estilo ou grupo: a descrição sobre si no perfil, a imagem utilizada no espaço previsto para fotos, as preferências anunciadas, a galeria de imagens e vídeos apresentados, entre outros.

⁵ Mecanismo de postagens nos fóruns de discussão on-line, que funcionam na rede mundial de computadores. Nos fóruns de discussão on-line, a comunicação se dá virtualmente, de forma assíncrona. Em geral, os comentários postados nos tópicos se relacionam entre si, formando um diálogo.



Os freqüentadores da Praça Portugal freqüentam pelo menos 18 comunidades virtuais no Orkut. Nesses espaços, sujeitos misturam-se, identificam-se e distinguem-se a partir de estilos específicos, em geral relacionados ao consumo de produtos da indústria cultural. Entre as comunidades virtuais do site de relacionamentos Orkut que reúnem freqüentadores da Praça, está a de nome “Praça Portugal”⁶. É a de maior em número de membros: 1.898⁷. Foi criada dia 8 de novembro de 2004. É do tipo moderada, ou seja, há regras estabelecidas para entrar e ali permanecer. O comportamento dos membros é monitorado pela figura do moderador. Atualmente tem aberto para não membros.

A partir de observações feitas sobre a comunidade virtual Praça Portugal, é possível indicar aspectos da praça material que migram para o ciberespaço. Seria a conformação de uma praça virtual? Queiroga (2003) caracteriza as praças como espaços voltados ao encontro no âmbito da esfera de vida pública. E, como espaço, a noção de praça transcende a forma ou a paisagem, apresentando-se como um conjunto indissociável entre um sistema de objetos e um sistema de ações. Afirmando-se a praça como espaço, importa qualificá-la a partir da natureza dos eventos nela verificados, tanto ou mais que pelo sistema de objetos. Quem define a praça é o que nela se realiza. (QUEIROGA, 2003)

Na Praça Portugal propriamente dita, o encontro/confronto é performático. É momento em que os sujeitos exibem seus estilos no vestuário, no jeito de andar, falar, cantar. As forças de atração e repulsão podem levar os sujeitos às “vias de fato” – seja promovendo encontros amorosos ou brigas violentas. Na comunidade virtual “Praça Portugal”, as forças também se manifestam verbal e imageticamente nas enquetes e fóruns de discussão. Desse modo, as comunidades virtuais representam faces simbólicas da Praça Portugal se projetam no ciberespaço.

A comunidade virtual “Praça Portugal”, no Orkut, destaca-se diante do conceito mais geral que define esse tipo de agrupamento de pessoas no ciberespaço: sujeitos ligados por interesses, conhecimentos e projetos mútuos que cooperam entre si e realizam trocas independentemente de proximidades geográficas e filiações institucionais (LÉVY, 1999, p.127). O que liga esses jovens não é exatamente um interesse específico, já que cada grupo identitário tem os seus especificamente. Poderíamos apontar como fator de congregação o território, o fato de freqüentarem o

⁶ Endereço eletrônico da comunidade “Praça Portugal” no Orkut:
<http://www.orkut.com.br/Community.aspx?cmm=706566>

⁷ Número de membros em 11 de abril de 2009.



mesmo espaço público. Mas também chama a atenção o exercício do confronto. As diferenças entre os sujeitos tensionam o encontro, tanto no espaço material quanto no virtual, tornando-o quase um confronto.

No texto de apresentação da comunidade virtual Praça Portugal, havia um convite para se reunirem ali “aqueles que fizeram da praça seu segundo lar ou, ainda, aqueles que quiserem aparecer por lá para se enturmar”. O texto prosseguia com uma advertência: “Tem vários tópicos para brigar. Não criem novos. Usem os que já existem”. Como que para provocar o encontro/confronto, a comunidade apresenta uma enquete: “Você é *emo*, *head banger* ou *otaku*? (após votar, deixe comentário pra se identificar)”. Torna-se assim explícito que essa comunidade virtual é um território para manifestação de diferenças, apontando para uma autcartografia do real, como diz Lévy (1999, p. 196), com direito a todas as espécies de “acidentes geográficos”.

4. Processos de Identificação e Diferenciação

Nos jogos desses encontros/confrontos - seja face a face na Praça Portugal, seja virtualmente no Orkut - esses jovens produzem diferenças e também identidades. Tomaz Tadeu da Silva (2000) afirma que a identidade e a diferença têm de ser nomeadas e, assim, ativamente produzidas no contexto das relações sociais e culturais.

O jogo de “ser ou não ser” entre freqüentadores da Praça Portugal aponta para modelos difundidos pela mídia. Os estilos importados chegam em pacotes a serem consumidos. Partem de variáveis fundamentais, como um estilo musical, e determinam outros aspectos como moda e comportamento. São outros meios de constituir comunidades, que vão além da simples identificação territorial, vinculada à cidade ou nação. Nesses processos, os meios de comunicação têm papel central na difusão de estilos e promoção de identificações de outras naturezas (LEAL, 2006, p.184).

Nas falas dos freqüentadores da Praça Portugal, percebe-se o caráter relacional da identidade, “marcada pela diferença” (WOODWARD, 2000). Essa identidade é indicada por signos, que assumem significados específicos no interior de cada grupo e na relação entre eles. Nesse sentido, é relevante considerar a origem dos estilos que inspiram os jovens da Praça Portugal. Porém, mais importante é compreender os significados que os signos adquirem nesse contexto específico: a Praça Portugal, em Fortaleza, no Ceará, entre 2008 e 2009. Por isso, a importância dada às descrições dos próprios freqüentadores.



Apresentadas a seguir, as palavras⁸ de uma freqüentadora da Praça Portugal que atua também como moderadora de uma comunidade virtual no site de relacionamentos Orkut. A partir delas, evidenciam-se aspectos referentes à caracterização de estilos e à relação entre os grupos. As descrições estão seguidas de informações que façam certa contextualização ou contraponto.

Emos:

“São os que mais existem em Fortaleza, são pessoas que só vestem preto. Usam *All Star* preto, não gostam de colorido e gostam de *hardcore*, *rock*, *punk* e são depressivos em maioria. Por isso existem várias pessoas que quando vêem *emo* falam: chora *emo*. Eles são depressivos porque se sentem incompreendidos pela sociedade e pelos pais”

(A denominação “*emo*” vem de *emotional hardcore*, vertente do *punk* que mescla som pesado com letras românticas. O gênero *emocore* nasceu em Washington, na década de 80. Em seu vestuário, os *emos* mesclam a rebeldia *punk* com ícones infantis. Os cabelos lisos, com enormes franjas no rosto, são marca característica. Em geral, comportam-se com emotividade, dão demonstrações explícitas de carinho, aceitam a opção sexual do outro sem preconceitos, opõem-se à violência.)

Indies:

“São muito confundidos com *emo* por às vezes freqüentarem os mesmos lugares, como a Praça Portugal. Bom, os *indies*, eles vestem muito colorido, calças apertadas (*skinny*), os *All Star* são coloridos e estampados e eles gostam de música eletrônica, *punk*, *hardcore* também, mas bem menos que os *emos*. Eles não são depressivos, e são considerados estilosos por *emos* e *from uk*. Bom, os *indies* são os mais bem vistos das tribos entende?”

(O termo *indie* vem de independente. Faz referência à cena alternativa do rock, inicialmente oposta ao sistema das grandes gravadoras, mas depois integrado a ele. Não se contrapõe necessariamente à cultura dominante. Caracteriza-se em termos de preferências estéticas e de vestuário).

From UK:

“Também tem os *from uk*, que vem de *from United Kingdom*, ou seja, são mais comuns no Reino Unido. Eles têm aqueles cabelos bem altos e diferentes, com mais de uma cor. Têm o maior preconceito com os *emos*, odeiam os *emos*. Eles têm o estilo muito parecido com os *indies*, mas as roupas são mais "infantis". Aqui em Fortaleza é muito difícil ver um *from uk*. Na praça eu já vi alguns. Mas pessoas não se denominam *from uk* porque os *from uk* são muito preconceituosos”

(Os *from UK* são reconhecidos pelo estilo extravagante: cabelos armados e coloridos, maquiagem carregada. Ouvem *metalcore*, uma mistura de *heavy metal* com o som *hardcore*. O movimento tem sido chamado de “evolução ou sofisticação dos *emos*”, por conta da origem de muitos dos filiados.)

Góticos:

⁸Entrevista realizada em 12/11/2008, com moderadora de uma comunidade virtual do Orkut, cujos membros são freqüentadores da Praça Portugal.



“Os góticos são confundidos com os *emos*, por usar muito preto. A diferença é que os góticos não têm fé. Não acreditam em Deus, e em nem na força maior. Acreditam só que a vida não tem um sentido. Como se vivêssemos em vão, entende? Não acreditam na vida.”

(O estilo gótico popularizou-se nos anos 80, a partir da cena *gothic-rock*, descendente dos *punks* dos anos 70. Um ar soturno é impresso nas músicas e no vestuário, carregado de preto. A depressão, a melancolia, a morbidade são algumas das características que constroem o comportamento de seus seguidores).

Otakus:

“Os *otakus* cultuam a cultura pop japonesa e se vestem como personagens de animações e mangás.”

(Em japonês, o termo “*otaku*” é empregado para designar um fanático por determinado assunto. Sujeitos que se isolaram socialmente, numa relação de adoração por segmentos diversos da cultura pop japonesa: filmes de monstros, jovens cantoras, games, pornografia virtual e uma infinidade de assuntos. No Brasil, como no Ocidente de uma forma geral, o termo é empregado para designar fãs de animações e quadrinhos japoneses.)

Head Bangers:

“Os *head bangers*, a galera do metal...”

(Fãs de *heavy metal*, transferem o peso do som para o comportamento. Frequentemente usam camiseta preta com estampa da banda favorita, acompanhado preferencialmente por jeans desbotado e botas. Para completar cabelos compridos e desarrumados. A expressão *head-bangers* (balançadores de cabeça) faz referência ao movimento de cabeça característico da dança dos metaleiros, jogando os cabelos compridos para o ar.)

A fala da freqüentadora coloca freqüentemente a identidade dos grupos em uma dinâmica relacional – from UK x emos; emos x góticos. Ela chama atenção para as diferenças que dão forma às identidades dos grupos, aos estilos. A observação vai ao encontro da afirmação de Woodward (2000) e suas análises sobre a relação identidade/diferença: a identidade é relacional, depende para existir de algo de fora dela.

Woodward (2000) afirma que a construção da identidade é tanto simbólica como social. É simbólica por adquirir sentido por meio da linguagem. *All Star* pretos ou coloridos? Cabelos lisos com franjas ou armados e coloridos? A identidade é marcada por signos e seus significados variam conforme o contexto. Basta pensar na expressão *from UK*, que não serviria para identificar grupo algum dentro do Reino Unido.

Os jovens freqüentadores da Praça, inspirados por meio do consumo, negociam a pertença ou a recusa a determinado estilo ou grupo pelo modo de vestir-se e comportar-se. As relações sociais se estabelecem a partir dos sentidos dados as marcações simbólicas (WOODWARD, 2000). Assim se define quem é excluído e quem é incluído



nos grupos identitários. Mais importante do que o indivíduo querer ser, é ser reconhecido como exemplar de um estilo.

ana diz⁹:
você se identifica com alguma tribo?
t. diz:
bom, eu nunca parei pra me encaixar, mais muitas pessoas falam que eu sou indie e outras que eu sou from uk. não gosto de ser chamada de emo.
ana diz:
isso acontece?
t. diz:
muito. por amigos até. mas a gente acostuma com o tempo
ana diz:
a maioria dos seus amigos é de que tribo?
t. diz:
bom, eu tenho amigos de todos os jeitos. mas também tenho muitos amigos indies e from uk. eu não gosto muito de góticos.
ana diz:
e emos? você gosta?
t. diz:
na maioria não... por serem muito depressivos, mais depende muito da pessoa.

A fala da entrevistada exprime a relação das subjetividades com as representações dos grupos. Por um lado, a afirmação das identidades envolve reivindicações essencialistas para afirmar as características que definem determinado grupo (Woodward, 2000). Por outro, quando o foco se volta para os sujeitos, a equação não se fecha numa relação de igualdade entre sujeito e perfil identitário. É nesse momento que o discurso das diferenças é reforçado: “Não sou depressiva, portanto não sou emo”.

Ao discutir os processos de subjetivação em tempos de globalização, Suely Rolnik (1997) usa o termo “toxicômanos de identidade”. Com a globalização da economia e os avanços tecnológicos, as subjetividades estão cada vez mais sujeitas a uma “mestiçagem de forças”, na medida em que o mercado produz “kits de perfis-padrão” para serem consumidos pelas subjetividades, independente do contexto geográfico, nacional ou cultural. “Identidades locais fixas parecem dar lugar a identidades globais flexíveis, que mudam ao sabor dos movimentos do mercado, com igual velocidade” (1997, pág. 20).

Na tentativa de resistir aos jogos de forças, certas subjetividades se organizariam em torno de representações de si dadas a priori, mesmo que esta não seja sempre a mesma representação. O cenário contemporâneo é traçado por Suely Rolnik como “a

⁹ Entrevista realizada em 12/11/2008, com moderadora de uma comunidade virtual do Orkut, cujos membros são frequentadores da Praça Portugal.



desestabilização exacerbada de um lado e, de outro, a persistência da referência identitária, acenando com o perigo de se virar um nada, caso não se consiga produzir o perfil requerido para gravitar em uma órbita do mercado” (1997, p. 21). Surgem dessa combinação os sentimentos de vazio. E para impedir os abalos às ilusões identitárias, anestesia-se o corpo com “drogas”, sejam fármacos propriamente ditos ou produtos de ordem simbólica. As próteses de identidade estariam entre elas.

5. Considerações (ou Questionamentos) Finais

Para além da filiação a um estilo ou grupo identitário, os membros das comunidades virtuais em torno da Praça Portugal fazem alusão a um “nós da comunidade”. O que esses jovens têm em comum? O fato de freqüentarem a Praça Portugal aos sábados e as comunidades virtuais que gravitam em torno desse espaço público? Ou seria o fato de estarem sujeitos ao jogo de forças que desestabiliza as referências identitárias tradicionais e os coloca em meio a uma enxurrada de próteses identitárias? Poderíamos ainda apontar a necessidade de ocuparem os espaços públicos (sejam concretos ou virtuais) para desfilar suas diferenças e identidades, afirmando-se como sujeitos ruminantes resignificadores das formas simbólicas consumidas.



6. Referências Bibliográficas

- CASTELLS, Manuel. *A galáxia da Internet*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2003.
- FREIRE FILHO, João. FERNANDES, Fernanda Marques. *Jovens, espaço urbano e identidades. Reflexões sobre o conceito de cena musical*. In: Anais do XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Uerj, Rio de Janeiro, setembro de 2005.
- LEAL, Bruno Leal. A comunidade como projeto identitário. In: MAIA, Rousiley; CASTRO, Maria Céres S. (org). *Mídia, esfera pública e identidades coletivas*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006, v.1; p.183-192.
- LEMOS, André. *Cibercultura, tecnologia e vida social na cultura contemporânea*. Porto Alegre: Sulina, 2004.
- LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. São Paulo: Editora 34, 1999.
- MAFFESOLI, Michel. *O tempo das tribos*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2006.
- PEREIRA, Cláudia da Silva. *Os wannabees e suas tribos: adolescência e distinção na Internet*. In: Estudos Feministas, Florianópolis, 15(2): 240, maio-agosto/2007.
- QUEIROGA, Eugênio Fernandes. Notas sobre algumas praças contemporâneas: o design na paisagem. In: *Paisagens em debate - revista eletrônica da área Paisagem e Ambiente*, São Paulo, FAU.USP, n. 01, dezembro 2003.
- ROLNIK, Suely. *Toxicômanos de identidade: subjetividade em tempo de globalização*. In: Cultura e subjetividade: saberes nômades/ Daniel Lins (org.). Campinas, SP: Papyrus, 1997.
- SILVA, Tomaz Tadeu da (org.). HALL, Stuart. WOODWARD, Kathryn. *Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.