



» XI Congresso Luso Afro Brasileiro de Ciências Sociais
Diversidades e (Des)Igualdades
Salvador, 07 a 10 de agosto de 2011.
Universidade Federal da Bahia (UFBA) - PAF I e II
Campus de Ondina

SOCIABILIDADE E CONSUMO JUVENIL NAS FESTAS DE APARELHAGEM DE BELÉM DO PARÁ.

Ana Paula Mendes Pereira de Vilhena.

Universidade Federal do Pará.

anapaula.vilhena@gmail.com

Já é, setor, sou dos Imbatíveis. Tô só de boa, agitando na moral, a minha equipe é que comanda a capital. Gostou, DJ, essa onda já é. É Deus no céu, e o Eletro na terra. Com os imbatíveis, a festa está completa. É DJ, detona na moral [...] (*Os Imbatíveis da Condor - Gang do Eletro*)

A letra da música, cujo ritmo se chama *eletro* (variação do tecnobrega¹, só que com uma batida mais acelerada), foi encomendada por uma equipe de jovens apreciadores das festas de aparelhagem² de Belém, oriundos do bairro da Condor, e traz algumas expressões muito significativas para se entender a dinâmica de suas relações. É importante, para eles, ter prestígio perante os demais. Isso lhes confere popularidade e *status*.

É neste ambiente das festas de aparelhagem e com o olhar voltado para as agremiações juvenis que se formam em torno delas que pretendo, neste artigo, analisar como as relações estabelecidas por estes jovens dentro e fora das festas de aparelhagem orientam seus hábitos de consumo e suas práticas de sociabilidade.

Com base no circuito atual de festas de aparelhagem promovidas na cidade de Belém, defini duas festas para fazer o meu percurso etnográfico: uma festa da aparelhagem

1 A batida conhecida como tecnobrega surgiu no início dos anos 2000, concebida por produtores musicais, DJs e músicos da região. Trata-se de um som dançante, de ritmo acelerado, que mistura diversas vertentes musicais através de um trabalho em estúdio com a utilização de aparatos tecnológicos. O ritmo é uma espécie de fusão de sons eletrônicos com ritmos musicais como o *funk*, o pagode, o axé o *dance*, e com o brega tradicional paraense, este que surgiu na década de 60 e se intensificou na região a partir da década seguinte, quando a música produzida no Pará, resultante da mistura de gêneros dançantes de origem caribenha como o bolero e o calipso, passou a ser difundida com o nome de “brega” regional (Guerreiro do Amaral, 2009).

2 A definição do que vem a ser uma ‘festa de aparelhagem’ será bem detalhada no decorrer do artigo.



» XI Congresso Luso Afro Brasileiro de Ciências Sociais
Diversidades e (Des)igualdades
Salvador, 07 a 10 de agosto de 2011.
Universidade Federal da Bahia (UFBA) - PAF I e II
Campus de Ondina

Super POP³ na casa de festa Pompílio, localizada no bairro da Condor, que é considerado um bairro de periferia; e outra festa da mesma aparelhagem Super POP na casa de festa African Bar, localizada no bairro do Reduto, considerado um bairro mais central. A escolha pela aparelhagem Super POP deu-se pelo fato de a maioria dos jovens com os quais conversei antes de ir às festas terem se referido ao Super POP como a aparelhagem “do momento”, “da moda”, além de alguns deles também fazerem parte de equipes de “fãs do POP”⁴. As casas de festa escolhidas foram consideradas pelos meus entrevistados como um lugar de festa mais “classe média” (African Bar) e um lugar “mais povão” (Pompílio). Esses paralelos entre periferia e centro estão presentes nas minhas indagações, por isso achei interessante frequentar uma festa dita “de periferia” e outra festa dita “de classe média”, para que inclusive pudesse avaliar as práticas de consumo em cada um destes ambientes. A visita a algumas lojas que vendem as marcas mais citadas e consumidas pelos meus entrevistados completou o meu percurso, onde pude comprovar muito do que vi nas festas.

Estas festas de aparelhagem de Belém vêm assumindo, desde meados da década de 80, um caráter performático em função de toda a diferenciação a que se propõem, seja no ambiente específico da festa, seja nos ecos produzidos na vida de seus frequentadores. Elas têm esse nome porque seu eixo central são potentes aparelhagens sonoro-eletrônicas comandadas por DJs.

Os eventos são um verdadeiro espetáculo de desdobramentos diversos. O tamanho, a potência da aparelhagem e a popularidade do (s) DJ(s) são pontos altos das festas. O DJ é o considerado⁵, o astro da festa, o que controla a seleção musical e interage com o público.

O ambiente de uma típica festa de aparelhagem é eclético: regionalismo e

3 Nome de uma “aparelhagem” muito conhecida na cidade, cujos proprietários, que também são os DJs que comandam a aparelhagem, são os irmãos Elysson e Juninho.

4 Outras aparelhagens foram citadas por meus entrevistados: Mega Príncipe, Rubi Light e Vetron. As duas primeiras são mais antigas até que o Super POP, sobreviveram ao tempo e continuam “arrastando” multidões em suas apresentações. A aparelhagem Vetron tem sido considerada uma “novidade” no circuito e tem se tornado mais conhecida pelas festas realizadas nas cidades do interior.

5 Gíria nativa que designa uma pessoa prestigiada, querida e respeitada pelos outros, o que confere a ela um *status* de celebridade.



» XI Congresso Luso Afro Brasileiro de Ciências Sociais

Diversidades e (Des)igualdades

Salvador, 07 a 10 de agosto de 2011.

Universidade Federal da Bahia (UFBA) - PAF I e II

Campus de Ondina

cosmopolitismo se misturam (Guerreiro do Amaral, 2009). A aparelhagem, o DJ e os painéis de LED instalados em torno dos suntuosos equipamentos sonoros, formam uma tríade futurista que anima o público de uma forma pouco convencional e o convida a interagir fazendo símbolos e entoando gritos de guerra em homenagem à aparelhagem. É mesmo como Regina Casé exaltou no início do programa Central da Periferia (2006): “viva o raio laser, viva o laptop, viva o MP3, viva a periferia tecnológica!”. Trata-se de uma Belém “híbrida”, cuja palavra busca referência no conceito de hibridação de Canclini (2006), no qual a interseção de culturas provoca a junção de elementos até certo ponto antagônicos, resultando em um sincretismo musical e cultural.

O circuito das festas de aparelhagem extrapola o espaço da festa em si. Ele remonta a uma compreensão maior, de todos os elementos simbólicos que fazem parte da festa: participar da festa, conhecer as músicas, conhecer os locais onde elas se realizam, saber os passos de dança, participar dos fãs-clubes, conhecer as bandas e os DJs e, também, vestir-se conforme as tendências que apreciam no momento. Tais práticas evidenciam padrões coletivos de comportamento e de pensamento destes jovens, fazendo que as festas adquiram um significado sociocultural que vai muito além do seu ambiente específico. Trata-se de um “universo de sociabilidade marcado por códigos” (Costa, 2009).

O significado destas festas é expresso, segundo Lima (2008, p. 23),

através de discursos que as representam ora como sustentáculos de toda uma cadeia (mainstream alternativo) cultural e econômica “periférica”, “independente” e “original”; que norteia e reafirma identidades segundo uma lógica contemporânea – gostos, sociabilidades e interesses típicos da “periferia” paraense – conforme os meios de comunicação recorrentemente veiculam; ora como uma “cultura nociva, perniciosa e alienante” que homogeneiza, pela influência da “indústria de massa”, as práticas culturais realmente “autênticas”.

Para saber qual será o circuito de festas do próximo final de semana e onde as aparelhagens mais badaladas do momento irão tocar, basta acompanhar os sites das aparelhagens na internet, ouvir os programas de rádio especializados em músicas de aparelhagem, ou mesmo visualizar as faixas fixadas nas ruas do entorno das casas de festa. Foi através de uma faixa de rua que eu tomei conhecimento da festa do Super POP



» XI Congresso Luso Afro Brasileiro de Ciências Sociais

Diversidades e (Des)igualdades
Salvador, 07 a 10 de agosto de 2011.

Universidade Federal da Bahia (UFBA) - PAF I e II
Campus de Ondina

no African Bar. Já a festa do Pompílio, eu soube através de consulta ao site do Super POP na internet, cuja programação do mês inteiro estava disponível logo na página inicial.

A festa do African Bar foi numa sexta-feira. Cheguei cedo para acompanhar a entrada dos grupos e como se articulavam na porta da festa. Alguns vinham andando da direção do ponto de ônibus mais próximo, outros chegavam de táxi, e outros vinham de carro. Sempre em grupos. Quase não vi pessoas desacompanhadas. Alguns já começavam a comprar cerveja em lata na entrada da festa, para “aquecer”, conforme um dos jovens que conversei comentou. Nessas formações grupais, percebi traços de afinidade, tanto no visual e nas roupas, como nos comportamentos. Conversei com um grupo de rapazes, cujas camisetas pretas traziam o nome de sua equipe: “os K-ras de Pau”, junto com uma ilustração dos três personagens do desenho animado “Du, Dudu e Edu”. Perguntei a um dos rapazes que vestia esta camiseta o porquê da alusão ao desenho animado: “no desenho, os três meninos moram na mesma rua e são muito amigos. Eles se juntam e fazem de tudo pra conseguir bombons de caramelo”. Daí compreendi que a razão da escolha daquele desenho significava que os membros daquele grupo possuíam alguma coisa em comum: seja o fato de morar no mesmo bairro, seja os gostos afins, seja o fato de se unirem em torno de um “ideal”. Observar não só este grupo, mas outros que se aglomeravam na entrada do African Bar me despertou grande curiosidade em entender essas formações de galeras, fãs-clubes e equipes de aparelhagens, que são “composições lúdico-associativas, geralmente juvenis, para os quais a festa parece uma constante” (Lima, 2008).

Existem, entre estes jovens, ‘ritos de sociabilidade’ (Guerreiro do Amaral, 2009) peculiares que fornecem significados importantes para entendermos como se dão as suas relações. Estes grupos se formam pela existência de gostos afins e vínculos atrelados comumente a relações pré-existentes de amizade, vizinhança ou parentesco. O gosto por uma determinada aparelhagem é um dos aspectos que os aproxima. Um dos meus entrevistados, que conheci antes de ir a essa festa do African Bar, André, morador da Rua dos Timbiras, no bairro do Jurunas, faz parte de uma equipe de fãs do Super POP que se originou na própria rua. Sua relação com a aparelhagem preferida é tão forte



» XI Congresso Luso Afro Brasileiro de Ciências Sociais

Diversidades e (Des)Igualdades

Salvador, 07 a 10 de agosto de 2011.

Universidade Federal da Bahia (UFBA) - PAF I e II

Campus de Ondina

que pode ser comparada ao amor de um torcedor pelo seu time de futebol. Outros aspectos como os relacionados a territorialidade também são considerados. Daí a existência dos grupos com os nomes dos bairros ou das ruas a que pertencem os integrantes, por exemplo, os Imbatíveis da Condor, cujo trecho da música foi citado logo no início deste artigo. Dessa forma, eles encontram seu traço distintivo, adotam um nome, às vezes uma marca - como é o caso dos “K-ras de Pau” -, um sinal de cumprimento, enfim, um código que os caracteriza. Daí suas práticas tornam-se uma conduta rotineira, onde seu modo de agir acontece de acordo com o que o grupo convencionou a chamar de certo ou errado.

Principais entusiastas das festas de aparelhagem, estes jovens de fãs-clubes, galeras e equipes são facilmente identificados nas festas pois se distinguem dos tipos comuns⁶ de apreciadores das aparelhagens, tanto pelo modo de vestir coletivo, como pelos gestos e códigos que adotam fazendo com que se reconheçam como grupo. Sua relação com as aparelhagens constitui-se uma nova prática dentro desse universo das festas. Existem algumas diferenças sutis entre as definições de fãs-clubes, galeras e equipes; elas, entretanto, não são sempre distintas. Na própria fala dos meus entrevistados, observei que existem fãs-clubes que se denominam equipes, equipes que se denominam galeras, e assim por diante. Originalmente as definições de cada uma das denominações apontava para o seguinte: os fãs-clubes se formam em torno de uma aparelhagem específica (ou um DJ de uma aparelhagem), acompanhando as apresentações, utilizando camisetas padronizadas, faixas e outros adereços. São os admiradores que seguem a aparelhagem nas festas onde elas tocam e que, inclusive, têm uma relação estreita com a aparelhagem. As galeras, muito semelhantes aos fãs-clubes, também são admiradoras, porém não apenas de uma aparelhagem ou DJ específicos: são apreciadores das festas em si e, em torno delas, escolhem nomes, adotam símbolos e andam em grupos, ‘uniformizados’ ou não. Já as equipes têm como principal característica os sons automotivos. Membros das equipes investem em equipamentos potentes instalados em

6 São considerados 'tipos comuns' os sujeitos que apreciam as aparelhagens assim como apreciam outros tipos de festa (fórró, pagode, boate). Podem ser fãs de uma aparelhagem, mas não chegam a estabelecer com ela uma relação de devoção.



carros ou em carretinhas⁷ e realizam suas próprias festas em locais públicos ou privados (como balneários e sítios alugados pelos membros das equipes).

As galeras, fãs-clubes e equipes de aparelhagens são, de acordo com Costa (2009),

Um fenômeno novo de sociabilidade e integração ao circuito bregueiro, que representa um fortalecimento na identificação do público com este tipo de festa (e sua principal “estrela”: a aparelhagem) (p. 152).

Os rapazes que fazem parte da equipe de André, “Os camaradas do POP”, costumam marcar encontros na rua onde moram. Isso acontece inclusive antes de ir para qualquer festa, pois eles fazem questão de chegar à festa em grupos. Eles apropriam-se do espaço urbano reunindo-se nas ruas, ou até mesmo nas esquinas, nas portas das casas, nas praças. Criam um ponto-de-encontro fixo, um pedaço⁸ onde as informações circulam, onde aprendem as letras das músicas, ensaiam passos das coreografias e acertam os detalhes para a próxima festa.

Os jovens que frequentam o mesmo pedaço “se reconhecem enquanto portadores dos mesmos símbolos, que remetem a gostos, orientações, valores, hábitos, consumo e modos de vida semelhantes” (Magnani, 1992). O pedaço é menos dependente de uma variável territorial pois, se for o caso, o grupo muda de ponto de referência e passa a adotar outro lugar. Magnani pesquisa toda uma família terminológica que permite alcançar outras modalidades de experiências urbanas. Dentre elas, está o circuito, a categoria mais abrangente de todas, um espaço frequentado pelos sujeitos onde, ali, se conhecem e se reconhecem, um lugar onde se tem a expectativa de encontrar as mesmas pessoas. No circuito os sujeitos exercitam a sociabilidade por meio do encontro em estabelecimentos, equipamentos e espaços. No pedaço, as pessoas se conhecem publicamente, mas nem sempre se reconhecem como afins. O circuito guarda uma independência diante da contiguidade espacial (Magnani, 2007) e é nele que os jovens

7 Carretas de quatro rodas, pequenas ou médias, acopladas aos carros através de reboques. Às vezes o equipamento de som é tão grande que já não cabe mais na mala dos carros, por isso é instalado em carretas.

8 A categoria “pedaço” é uma definição de José Guilherme Cantor Magnani que caracteriza um espaço entre a casa e a rua, onde as pessoas se conhecem e mantêm relações particulares. Para fazer parte do pedaço não basta conhecer e transitar por este espaço; é preciso estar familiarizado e entrosado numa rede de sociabilidade.



» XI Congresso Luso Afro Brasileiro de Ciências Sociais

Diversidades e (Des)igualdades

Salvador, 07 a 10 de agosto de 2011.

Universidade Federal da Bahia (UFBA) - PAF I e II

Campus de Ondina

das galeras, equipes e fãs-clubes encontram seus afins. Eles pertencem a determinados pedaços, mas é nos circuitos que se reconhecem. O African Bar faz parte deste circuito de festas de aparelhagem que acontecem na cidade de Belém. Embora a casa de festa esteja localizada num bairro considerado central, o que representa uma novidade neste circuito até então reconhecido por ser voltado para a periferia, a aparelhagem que se apresenta no local acaba por redefinir essas fronteiras. “Não importa onde é, se é o POP, a gente vai onde ele estiver”, comenta uma das garotas na bilheteria do African Bar. Entre os jovens das galeras, equipes e fãs-clubes, é comum chamarem de “setor” ao local que constitui o território de sua galera. A categoria “setor”, que nos anos 80 era muito relacionada às gangues juvenis, hoje foi apropriada pelos jovens frequentadores das festas, principalmente os de bairros considerados de periferia, com uma conotação de pertencimento a determinada área da cidade. De acordo com Costa (2006, p. 168),

O setor está relacionado aos espaços de sociabilidade no interior dos bairros, identificados por ruas ou conjunto de ruas e apropriados de modo muito particular, com todos os seus equipamentos referenciais. O setor equivale, assim, a uma lógica peculiar e informal de compreender o espaço urbano e tomar parte na disputa pela cidade.

Nas próprias letras das músicas compostas especialmente para suas galeras, a palavra surge como o lugar onde eles são respeitados e reconhecidos por todos. É no “seu setor” que se descortinam as suas redes de relações que combinam laços de parentesco e de vizinhança.

“GDP chegou, arreda, arreda. Sai da frente meu irmão, que a pista é nossa. Minha equipe, onde chega, ela incomoda. É muita pressão, a minha equipe manda ver. Galera do POP agitando no setor. É nós, é nós!” (*Trecho da música da Galera do POP – GDP*)

Os “setores” ocupados pelas galeras assumem caráter de território com leis próprias e por onde galeras rivais não podem atravessar. Dentro dos lugares onde as festas se realizam há uma espécie de pacto de não-violência entre as galeras, pois o ambiente é considerando um “templo sagrado”. É fora, principalmente no “território demarcado” de alguma galera, no seu “setor”, que os conflitos acontecem e onde as desavenças são resolvidas muitas vezes com episódios de violência. A definição de setor é, por assim



» XI Congresso Luso Afro Brasileiro de Ciências Sociais
Diversidades e (Des)igualdades
Salvador, 07 a 10 de agosto de 2011.
Universidade Federal da Bahia (UFBA) - PAF I e II
Campus de Ondina

dizer, semelhante à definição de pedaço, pois em ambos há uma variável territorial onde as relações se dão. A diferença é que, enquanto no pedaço o território “físico” é passível de mudança, no setor, os sujeitos apropriam-se daquele espaço e brigam por ele, se for o caso.

Na festa do Pompílio, pude perceber a força da categoria setor para os jovens que ali estavam. No African, os jovens que ali chegavam, embora pertencessem a galeras, equipes ou fãs-clubes, não pareciam disputar tanto quanto no ambiente do Pompílio. Equipes, principalmente de rapazes, chegavam em comboio. Quanto mais gente melhor, justamente para mostrar que ali era o seu setor. A equipe de André, que é do bairro do Jurunas, estava presente na festa do Pompílio. Embora não seja o seu setor, ali não havia “rivais declarados” da equipe:

a gente somos uma união, entra todo mundo junto na festa [...] os caras da Galera da Laje, eles são nossos rivais, eles ficam tirando barato com nós. Se nós tiver com menos baldes⁹ do que eles, eles vão lá com o DJ e detonam a gente, aí o DJ vai no microfone e fica provocando. Mas se a gente chega na festa e não mexe com eles, eles também não mexem com a gente.

Tanto na festa do African Bar, como na festa do Pompílio, os DJs do Super POP mencionavam a presença de tantas equipes e galeras no local, que já não é possível quantificá-las. Já são tantos os grupos formados por jovens em torno das aparelhagens que o fenômeno merece especial atenção, não somente pela reunião em torno de um mesmo gosto musical e frequência nas festas, mas também pela construção de uma identidade coletiva ao se denominarem “galeras” ou “equipes”. A convivência e a aceitação pelo grupo estão então intimamente relacionadas a hábitos de consumo compartilhados. Estes padrões coletivos de comportamento, segundo Benedict (s.d), são produtos da vida em sociedade, cujos costumes apreendidos desempenham um papel importante e regulador de suas escolhas.

Além da ostentação de poder presente na aquisição dos baldes de cerveja na festa, estes

9 Nas festas de aparelhagem, é comum os jovens das equipes comprarem cervejas em baldes de plástico. O garçom traz os baldes – “arreia os baldes”, como se diz na linguagem dos jovens – e dessa forma eles demonstram que estão com “grana no bolso”, que “estão podendo”. Quanto mais baldes, mais prestigiada a galera.



» XI Congresso Luso Afro Brasileiro de Ciências Sociais
Diversidades e (Des)igualdades
Salvador, 07 a 10 de agosto de 2011.
Universidade Federal da Bahia (UFBA) - PAF I e II
Campus de Ondina

jovens procuram demonstrar prestígio, status e diferenciação através do figurino e das atitudes no ambiente das festas. Nas duas festas, percebi que estes jovens valorizam muito a marca de roupa que estão usando. Usar roupas de marcas caras e famosas, assim como possuir moto ou carro equipado com som potente são atitudes que lhes conferem a sensação de poder e de sucesso. Ao ver que estes rapazes e moças estavam usando, nas festas, exatamente as mesmas marcas de roupa que vi na vitrine das lojas do comércio de Belém, escrevi um artigo intitulado “Da vitrine da loja ao cenário da festa: a visualidade dos jovens nas festas de aparelhagem de Belém”, em que fiz um relatório fotográfico comparando as roupas das vitrines com as roupas das festas. Estes jovens querem comprar roupas de marcas famosas, cujos preços nem sempre condizem com sua situação financeira. O desejo por consumir estas marcas é muito evidente entre eles. André, por exemplo, sem ter condições financeiras para usar uma roupa “de marca”, fazem diversos tipos de acordo para possuí-las. Vale inclusive apelar para as imitações vendidas no comércio da cidade. Porém, por achar que é algo depreciativo, ele não revela esta prática. Através das marcas que vestem, estes jovens querem expressar uma “atitude”, uma postura diante da vida. Esta moda diz muito sobre a sociedade local. Falar dela, no contexto das aparelhagens, é falar sobre os indivíduos que fazem parte deste universo das festas. O que eles pensam, o que pretendem ser, os modelos com os quais se identificam. As marcas que vestem transmitem um determinado estilo, um conjunto de atribuições desejadas por estes grupos. A escolha de uma roupa para vestir pode revelar os desejos que existem por trás dessa opção. Os jovens com os quais conversei citaram inclusive artistas que admiram e/ou com os quais desejam se parecer. Marcelo D2, Racionais MC e cantoras internacionais como *Beyoncé* e *Lady Gaga* estão entre as pessoas famosas mais citadas pelos jovens das galeras. A moda que vestem é, portanto, um meio de expressão de sua identidade e de vínculos grupais, um aspecto marcante da cultura das aparelhagens, um universo de socialização que exprime comportamentos.

Cabelos tingidos com o efeito conhecido como “luzes”, perfume da moda, corrente de aço no pescoço, relógio e roupa de marca. A ideia é não repetir roupa. Nas duas festas, André estava com bermuda, calça e tênis diferentes. Percebi que, no African, havia muitos rapazes de calça jeans. Já no Pompílio, a grande maioria estava usando



» XI Congresso Luso Afro Brasileiro de Ciências Sociais

Diversidades e (Des)igualdades
Salvador, 07 a 10 de agosto de 2011.

Universidade Federal da Bahia (UFBA) - PAF I e II
Campus de Ondina

bermudas. Porém, nos dois casos, tanto as calças compridas quanto as bermudas eram “de marca”. Justamente as marcas que vi nas vitrines das lojas a preços bem altos. As marcas mais apreciadas pelos rapazes são *Pitbull*, *Kenner*, *Adidas*, *Nike* e *Reebok*. As garotas que conversei, na maioria, usavam roupas que evidenciam o corpo, reforçando a forma física e a beleza. A marca que mais percebi foi a *Pitbull* e, sem seguida, *Hero*. As marcas *Absoluta* e *Fun House*, outrora preferidas do público feminino das aparelhagens, estão hoje em segundo plano. Segundo a vendedora de uma das lojas que visitei, “são marcas de gordinhas”. Há também um desejo de consumir as marcas consideradas “de meninas ricas”, como *Colcci* e *Planet Girls*.

Estas práticas de consumo carregam significados sociais e culturais importantes; são uma forma de comunicação com o grupo. O consumo é um processo onde todas as categorias sociais se definem, se afirmam ou se redefinem (Douglas & Isherwood, 2004). Ele reforça as questões de individualismo e de construção de identidades sociais no mundo moderno. Além de produzir vínculos sociais, o consumo também gera formas particulares de solidariedade, confiança e sociabilidade fundamentais para a vida social.

Outra prática comum atualmente entre as galeras, e que também é uma forma de prestígio, é possuírem uma música composta especialmente para eles. Eles se reúnem para fazer uma coleta e contratar um compositor que, em questão de horas, crie letra e melodia que fale da galera ou equipe. Quando eles conseguem que o DJ execute sua música na festa, experimentam a sensação de fama, ganhando inclusive mais admiradores e seguidores. Com orgulho, o pessoal da equipe dos Camaradas do POP cantarolou um trecho de sua música, encomendada dias antes da festa do Pompílio: “camarada eu sou, eu sou. Esse aqui é o meu setor, e o Super POP é o meu amor”.

A dinâmica da interação social destes grupos é marcada por um constante dar-receber-retribuir. Membros de uma mesma galera ou equipe costumam ajudar um ao outro emprestando, dando ou trocando bens; e essa troca de dádivas é um dos fundamentos da comunicação entre eles, produzindo a aliança que os une em muitos momentos. Quando um membro da galera empresta roupa ou dinheiro para o colega ir à festa, está firmando



» XI Congresso Luso Afro Brasileiro de Ciências Sociais
Diversidades e (Des)Igualdades
Salvador, 07 a 10 de agosto de 2011.
Universidade Federal da Bahia (UFBA) - PAF I e II
Campus de Ondina

um pacto de visualidade e de comportamento coletivos, garantindo assim a unidade do grupo perante os demais. Implícito nesta atitude reside o desejo de retribuição. Fazer parte da equipe, então, pressupõe um sistema de obrigações (Mauss, 2003), no qual o ato de dar não é totalmente desinteressado (Bourdieu, 1974).

Tal como os jovens de “sociedade de esquina” (Whyte, 2005), as relações entre os jovens das galeras das aparelhagens são marcadas por competições de liderança, distribuição de bens, troca de favores e laços de amizade. Interessa-me, porém, não apenas a relação entre os sujeitos, mas também a sua interferência com o espaço da cidade.

A festa de aparelhagem é uma opção de lazer ainda muito associada ao universo da periferia da cidade. Uma festa no African Bar, embora já seja considerada mais comum entre os jovens apreciadores das aparelhagens, atrai outro tipo de público que não costuma frequentar o Pompílio, por exemplo. Isso eu percebi nas duas festas: no African Bar, havia jovens de carro equipado com potentes equipamentos de som, enquanto que no Pompílio, a maioria dos jovens chegava a pé, de ônibus, ou, no caso das meninas, de táxi. Hoje, a diferenciação entre periferia e centro em Belém – assim como em outras metrópoles brasileiras – reside não somente na localização, mas também na presença ou não de infraestrutura urbana. As regiões consideradas “de baixada”, cuja condição geográfica é mais propensa aos alagamentos e inundações provenientes dos efeitos das marés, são comumente relacionadas com o termo “periferia”, pelo fato de ali haver uma maior concentração de áreas desprovidas de infraestrutura de saneamento, pavimentação, limpeza ou transporte. Porém, mesmo nestas áreas consideradas mais pobres e, portanto, onde reside um maior contingente de população de baixa renda, é possível encontrar contrastes, e vice-versa:

A especificidade de Belém é que, mesmo no interior dos bairros considerados periféricos, como o Jurunas, a Pedreira, o Guamá, a Terra Firme, dentre outros, marcados por serem populosos, pela carência de serviços e de infraestrutura urbana e pela pequena importância econômica para a cidade, existem as ‘regiões centrais’, à imitação da lógica de organização espacial da cidade maior (Costa, 2006, p. 171).

Assim, embora ainda haja a nítida separação entre o centro e a periferia, há sinais de



» XI Congresso Luso Afro Brasileiro de Ciências Sociais
Diversidades e (Des)Igualdades
Salvador, 07 a 10 de agosto de 2011.
Universidade Federal da Bahia (UFBA) - PAF I e II
Campus de Ondina

uma mistura espacial quando se fala na circulação de pessoas, notadamente no ambiente das festas de aparelhagem. Daí a afirmação de que a festa não mais se resume à periferia. Tanto o lugar como o público da festa se dissolveram. Arrisco dizer que a festa de aparelhagem hoje ocupa um espaço simbólico na vida da cidade; um espaço entre o centro e a periferia, entre as camadas médias e as camadas pobres da população. Prova disso é a própria festa que hoje toma conta do African Bar, lugar que antes só promovia festas “de elite”. É bem verdade que essa situação ainda é nova neste cenário. O público cativo¹⁰ ainda é, em sua maioria, oriundo da chamada periferia; porém, há um ecletismo recente, muito provavelmente iniciado pela própria superprodução musical observada nas festas, que vem transformando a frequência nas festas.

A proliferação deste modelo de festa pela cidade de Belém, em virtude da influência da própria cultura urbana contemporânea cosmopolita, provoca o que Maia (2008) chama de “gravitação dos produtos culturais de elite e das expressões da cultura popular em torno da filosofia do dinheiro e do mercado”. Ainda segundo o autor, esse acontecimento produz novos tipos de sociabilidade, alinhadas com as próprias configurações do mercado.

Este percurso triplo que fiz: uma festa na periferia, outra festa no centro, e visitas aos locais de consumo dos jovens frequentadores das festas de aparelhagem contribuíram para a minha reflexão sobre até que ponto os hábitos de consumo desenvolvidos pelos jovens articulam ou orientam elementos de reconhecimento de vínculos de sociabilidade estabelecidos no ambiente das festas de aparelhagem. As questões que levantei se entrecruzaram em minha pesquisa, fazendo-me acreditar que, no universo simbólico da festa de aparelhagem residem significados múltiplos para se entender os hábitos de consumo e os vínculos de sociabilidade dos jovens que as frequentam.

10 Costa (2009) define três públicos mais comuns das festas de aparelhagem: o público cativo, composto, na maioria pela população mais pobre que, além de frequentar a festa, compra os Cds do ritmo e ouve os programas específicos; o público opcional, que aprecia e dança o tipo de música, sem no entanto consumir os Cds; e o público momentâneo, composto por pessoas de classe média, que frequentam as festas de aparelhagem mais esporadicamente, mas que também frequenta outros tipos de festa.



» XI Congresso Luso Afro Brasileiro de Ciências Sociais
Diversidades e (Des)igualdades
Salvador, 07 a 10 de agosto de 2011.
Universidade Federal da Bahia (UFBA) - PAF I e II
Campus de Ondina

REFERÊNCIAS

Abramo, Helena Wendel. **Considerações sobre a tematização social da juventude no Brasil**. In: **Juventude e Contemporaneidade - Revista Brasileira de Educação**. Número especial. Maio, junho, agosto. 1997. nº 5. Setembro, outubro, novembro, dezembro. nº 6.

APPADURAI, Arjun. **A vida social das coisas**. Tradução: Agatha Bacelar. Rio de Janeiro: EdUFF, 2008.

BAUDRILLARD, Jean. **O sistema dos objetos**. São Paulo: Perspectiva, 1997.

BENEDICT, Ruth. **Padrões da Cultura**. Lisboa: Ed. Livros do Brasil s.d.

BOURDIEU, Pierre, **A Economia das Trocas Simbólicas**. São Paulo: Ed. Perspectiva, 1974.

BRANDINI, Valéria. **Por uma etnografia das práticas de consumo**. Revista Comunicação, Mídia e Consumo. São Paulo, vol. 4, n. 9, p. 153-169: março, 2007.

CAMPBELL, Colin & BARBOSA, Livia. **Cultura, consumo e identidade**. Rio de Janeiro: Nacional, 2006.

CANCLINI, Néstor García. **Culturas Híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade**. São Paulo: Editora da USP, 2006.

COSTA, Antonio Maurício Dias. “Uma metrópole na floresta: representações do urbano na Amazônia” In: **As cidades e seus agentes: práticas e representações**. Belo Horizonte: PUC Minas, Edusp, 2006.

_____. **Festa na Cidade: o circuito bregueiro de Belém do**



» XI Congresso Luso Afro Brasileiro de Ciências Sociais
Diversidades e (Des)igualdades
Salvador, 07 a 10 de agosto de 2011.
Universidade Federal da Bahia (UFBA) - PAF I e II
Campus de Ondina

Pará. 2. ed. Belém: EDUEPA, 2009. v. 1. 234 p.

_____. **Lazer e sociabilidade: usos e sentidos.** Belém: Açaí, 2009.

DOUGLAS, M. ISHERWOOD, B. **O mundo dos bens.** Rio de Janeiro, Ed. UFRJ, 2004.

DURHAM, Eunice. “A Sociedade Vista da Periferia” In: - -, **A Dinâmica da Cultura: ensaios de antropologia.** SP: Cosac Naify, 2004.

_____. **A pesquisa antropológica com populações urbanas: problemas e perspectivas.** In: A aventura antropológica. Teoria e pesquisa/Ruth Cardoso (organizadora). Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1986.

FRÚGOLI Jr., Heitor. **A questão da centralidade em São Paulo: o papel das associações de caráter empresarial.** *Revista de Sociologia e Política*, Curitiba, n. 16, Junho de 2001. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S010444782001000100005&lng=en&nrm=iso. Acesso em 10 de dezembro de 2010.

GEERTZ, Clifford. **Obras e vidas: o antropólogo como autor.** Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2005. Cap. 1- Estar lá (p. 11-39). Cap. 6 – Estar aqui (p. 169-193).

GOFFMAN, Erving. **Estigma. Notas sobre a manipulação da identidade deteriorada.** Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1982.

GUERREIRO DO AMARAL, Paulo Murilo. **Estigma e Cosmopolitismo na constituição de uma música popular urbana de periferia: etnografia da produção do tecnobrega em Belém do Pará.** Tese (Doutorado) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Programa de Pós-Graduação em Música, Porto Alegre, 2009.

GUIMARÃES, Eloísa. Juventude(s) e periferia(s) urbanas. In: **Juventude e Contemporaneidade - Revista Brasileira de Educação.** Número especial. Maio, junho, agosto. 1997. nº 5. Setembro, outubro, novembro, dezembro. Nº 6.



» XI Congresso Luso Afro Brasileiro de Ciências Sociais
Diversidades e (Des)Igualdades
Salvador, 07 a 10 de agosto de 2011.
Universidade Federal da Bahia (UFBA) - PAF I e II
Campus de Ondina

GUIMARÃES, Maria Eduarda Araújo. **A moda e a rua: a expressão das identidades mediadas pelo consumo.** V ENECULT - Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura. Faculdade de Comunicação/UFBA, Salvador: 27 a 29 de maio de 2009.

KUPER, Adam. **A visão dos antropólogos.** Bauru: Edusc, 2002. Capítulo 4: David Schneider: biologia como cultura.

LIMA, Andrey Faro de. **É a Festa das Aparelhagens! – Performances Culturais e Discursos Sociais.** Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal do Pará, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais – Antropologia, Belém, 2008.

MAGNANI, José Guilherme Cantor. **Festa no Pedaco: cultura popular e lazer na cidade.** São Paulo: Hucitec / UNESP, 2003.

_____. **Os circuitos dos jovens urbanos.** Tempo Social; Revista de Sociologia da USP, v. 17, n. 2. São Paulo: 2005.

_____. **Tribos Urbanas: metáfora ou categoria?** Cadernos de Campo – Revista dos alunos de pós-graduação em Antropologia. Departamento de Antropologia, FFLCH/USP, São Paulo, 2, 1992.

_____. **Conclusão fechando o circuito.** In: Jovens na metrópole: etnografia de circuitos de lazer, encontro e sociabilidade/José Guilherme Cantor Magnani, Bruna Mantes de Souza (organizadores). São Paulo: Editora Terceiro Nome, 2007.

MAIA, Mauro Celso Feitosa. **Música e Sociedade: a performance midiática do tecnobrega em Belém.** Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal do Pará, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais – Sociologia, Belém, 2008.



» XI Congresso Luso Afro Brasileiro de Ciências Sociais
Diversidades e (Des)Igualdades
Salvador, 07 a 10 de agosto de 2011.
Universidade Federal da Bahia (UFBA) - PAF I e II
Campus de Ondina

MAUSS, Marcel. **Ensaio sobre a dádiva. Forma e razão de trocas nas sociedades arcaicas. Sociologia e Antropologia.** Cosac Naify, 2003.

PEIRANO, Marisa. **A teoria vivida e outros ensaios de antropologia.** Rio de Janeiro : Jorge Zahar Ed., 2006.

POLANYI, Karl. **A Grande Transformação.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2000.

SIMMEL, Georg. **Questões fundamentais da sociologia: indivíduo e sociedade.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2006.

SPOSITO, Marília Pontes. **A sociabilidade juvenil e a rua: novos conflitos e ação coletiva na cidade.** Tempo Social; Rev. Sociol. USP, S. Paulo, 5(1-2): 161-178, 1993 (editado em nov. 1994).

VELHO, Gilberto. **Becker, Goffman e a antropologia no Brasil.** In: Sociologia, problemas e práticas. (Oeiras, Portugal) n. 38, 2002.

VILHENA, Ana Paula M. P. de. **Da vitrine da loja ao cenário da festa: a visualidade dos jovens nas aparelhagens de Belém.,** 2010. In: Seminário Mercados Populares em Belém: UFPA, 2010.

WHYTE, William Foote. **Sociedade de Esquina. A Estrutura Social de uma Área Urbana Pobre.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005 [1943].

ZALUAR, Alba. **Gangues, Galeras e Quadrilhas: globalização, juventude e violência.** In: Galeras cariocas: territórios de conflitos e encontros culturais / Hermano Vianna (organizador). Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

AUDIOVISUAL



» XI Congresso Luso Afro Brasileiro de Ciências Sociais
Diversidades e (Des)igualdades
Salvador, 07 a 10 de agosto de 2011.
Universidade Federal da Bahia (UFBA) - PAF I e II
Campus de Ondina

Brega S/A. Direção: Vladimir Cunha e Gustavo Godinho. Belém: Greenvision Filmes, 2008.

Central da Periferia em Belém do Pará. Direção: Estevão Ciavatta. Apresentação: Regina Casé. Rio de Janeiro: Pindorama Filmes, 2006

Good Copy, Bad Copy Documentary Film. JOHNSEN, Andreas. Denmark, 2007.

PÁGINAS DA INTERNET

Aparelhagem Super POP – (<http://www.superpop.som.com.br>)

Músicas de Equipes – (<http://www.youtube.com/watch?v=b97XFbMmPnK>)