

## A CONSTRUÇÃO DO CAPITAL ESPACIAL E DA VISIBILIDADE SOCIAL PELA MICROCULTURA JUVENIL DO LOW NA CIDADE DE MARÍLIA/SP

Élvis Christian Madureira Ramos\*

Rede Pública do Estado de São Paulo

**Resumo:** Quando se entra em um bairro da periferia, o que se espera encontrar sobre o lazer dos jovens que aí habitam? Como transpõem as escalas na cidade, sobretudo a partir da periferia? Afinal, o que há de comum entre estes jovens ou suas redes juvenis quando se estudam suas formas de lazer? Mais ainda, que tipos de questões podem surgir quando suas práticas são percebidas no âmbito das espacialidades que compõem o uso que fazem no tempo livre para a diversão? As experiências de campo em cidades médias ajudaram a encontrar ou, mais precisamente, elaborar algumas respostas a estas questões. O que trago aqui é uma parte destas experiências a partir de um trabalho etnogeográfico com os jovens do *low* na cidade de Marília/SP, que revelam o modo como o capital espacial é construído por essas microculturas e como esse capital é usado para produzir suas escalas numa articulação intra e interurbana em torno da diversão e de suas performances.

**Palavras-chave:** Etnogeografia. Capital espacial. Culturas juvenis. Visibilidade social. Escalas geográficas.

### CONSTRUCTION OF SPACE CAPITAL AND SOCIAL VISIBILITY BY LOW-RIDER YOUTH MICROCULTURE IN THE CITY OF MARÍLIA/SP

**Abstract:** When one enters a neighborhood on the outskirts, what does one expect to find regarding the leisure of the young people who live there? How do they transpose the scales in the city, especially from the outskirts? After all, what's common between these young people and their youth networks when one studies their forms of leisure? Furthermore, what types of questions may arise when their practices are perceived within the spatiality that makes up their use of the free time for leisure? The field experiences in medium-sized cities have helped to find or, in more accurate words, prepare some answers to these questions. What I bring here is part of these experiences, from an ethnogeography work with *youth's low* in the city of Marília (SP), which reveal how they build their ranges and their spatial capital.

**Keywords:** Ethnogeography. Spatial capital. Youth culture. Social Visibility. Geographical scales.

### CONSTRUCCIÓN DE CAPITAL ESPACIAL Y VISIBILIDAD SOCIAL POR LA MICROCULTURA DE JÓVENES LOW RIDERS EN LA CIUDAD DE MARÍLIA/SP

**Rsumem:** Cuando uno entra en un barrio en las periferias, ¿qué uno espera encontrar sobre el ocio de los jóvenes que viven allí? ¿Cómo transponen las escalas en la ciudad, especialmente de las periferias urbanas? ¿Después de todo, que hay de común entre estos jóvenes y sus redes de jóvenes cuando uno estudia sus formas de ocio? Además, ¿qué tipos de preguntas pueden surgir cuando sus prácticas son percibidas dentro de la espacialidad que conforma su uso del tiempo libre para el ocio? Las experiencias de campo en las ciudades intermedias han ayudado a encontrar o, en palabras más precisas, preparar algunas respuestas a estas preguntas. Lo que traigo aquí es parte de estas experiencias, de un trabajo de la etnogeografía con jóvenes *low riders* en la ciudad de Marília (SP), que revelan cómo construyen sus escalas y su capital espacial.

**Palabras clave:** Etnogeografía. Capital espacial. Culturas de los jóvenes. Visibilidad social. Escalas geográficas.

## Introdução

Uma grande parte dos estudos em Geografia, voltada para a descrição de pequenos ou microgrupos sociais, costuma se armar de técnicas qualitativas em busca da aproximação com seus membros e aposta na perspectiva espacial, tentando ressaltar as relações sociais que são construídas na mediação com o espaço, às vezes privilegiando os conceitos de território ou lugar. Outros estudos constroem um tipo de etnogeografia que intenta não apenas descrever estes grupos com base no local, mas também formula perguntas sobre como diversas influências simbólicas, culturais e mesmo materiais alteram não só o conteúdo de suas relações, como também a construção de suas espacialidades em relação à geometria de poder (MASSEY, 2000) em que estão inseridos como agentes sociais (BOURDIEU, 2007a; 2007b). É neste segundo grupo que este trabalho se inscreve e busca responder como grupos sociais geralmente em condição de segregação ou confinamento espacial elaboram suas estratégias socioespaciais para transpor as escalas na cidade (SMITH, 2000).

Ao jogar luz nas formas de práticas socioespaciais (SOUZA, 2013) de lazer de redes e microculturas juvenis da periferia, busquei realizar uma etnogeografia no movimento dos agentes, que pensa não apenas nas descrições de sociabilidades distribuídas num contexto espacial, mas como as espacialidades, no plural, são construídas a partir das relações entre diversos agentes, assim como com as estruturas sociais e espaciais na cidade.

Outro ponto importante neste trabalho é buscar reconhecer as táticas dos jovens da periferia em contornar ou burlar muitas barreiras materiais e simbólicas que se impõem sobre seus espaços de vida. É um fato que a segregação socioespacial e a estigmatização territorial acabam fazendo parte das experiências de vida, o que geralmente implica escassez de oportunidades e não raro reduz seus campos de possibilidades e projetos de vida. O que este trabalho aponta, porém, ao menos no âmbito das práticas de diversão, são suas formas de criatividade e agenciamentos<sup>1</sup> quando enfrentam essas condições impostas em seus cotidianos.

Também se considera aqui que não são vidas isoladas, num localismo fechado, mas que são redes juvenis participantes no estabelecimento de conexões com culturas transterritoriais (TURRA NETO, 2012b) – agenciamentos que terão impacto em suas referências identitárias e no surgimento de microculturas juvenis na periferia.

<sup>1</sup>Uso este conceito inspirado em Deleuze e Guattari (1996), conforme os quais agenciamentos podem assumir uma multiplicidade de tipos e naturezas: podem ser artísticos, perversos, científicos, políticos, mas que são forças, recursos e desejos que implicam uma série de caminhos e linhas de atuação (circuitos, conjunções, superposições, passagens etc.).

A diversão, por sua vez, não é concebida aqui como um campo neutro, mas um espaço onde é possível divertir-se, divergir e dissimilar. Ou seja, ao mesmo tempo em que os jovens buscam a diversão na sua fruição, também constroem espacialidades para se tornarem visíveis e não raro acabam entrando num campo de divergência e luta na cidade.

Portanto, é pelo campo da diversão que se pode entrever que as ações e práticas socioespaciais desses grupos ou redes sociais alcançam no âmbito do cotidiano uma dimensão política significativa na escala da cidade. De um lado, por meio de seus agenciamentos e capitais disponíveis (social, econômico e espacial), criam suas condições de acessibilidade e mobilidade, o que lhes permite na prática transpor escalas, elaborar festas e encontros, enfim, compor suas territorialidades e se multiplicar na cidade. De outro lado, há um sentido político, pois essas práticas socioespaciais também estão tensionando com a geometria de poder na cidade, em que o espaço urbano não se constitui apenas de formas fixas e fluxos, mas é também hierarquizado material e simbolicamente por diferentes classes, grupos e segmentos sociais.

Para organizar essas descrições e resultados, este trabalho está dividido em quatro partes: a primeira trata sobre o que é uma etnogeografia na cidade e o quadro conceitual da pesquisa com microculturas juvenis; a segunda descreve o contato com os jovens do *low* e um pouco sobre como se constituiu essa microcultura juvenil; a terceira apresenta como essa microcultura estabelece uma visibilidade bifronte na cidade, e a última, como se dá a importância do capital espacial nessa microcultura.

## Uma etnogeografia dentro e fora da periferia

A etnogeografia neste trabalho busca tornar possível uma confluência necessária nos estudos das práticas socioespaciais: aquela que não ignora que os grupos sociais sempre estão em experiências com culturas viajantes (CLIFFORD, 2000), em que os lugares também são pontos de passagem, cruzamentos e hibridismos socioculturais. E, de forma indissociável, que essas culturas não somente aterrissam nos lugares mediados por redes sociais, como também esses mesmos grupos não são pontos fixos no espaço urbano: estão em trânsito, negociando com diversas estruturas a partir de seus recursos e condições para que possam se tornar visíveis a partir de suas filiações identitárias e estéticas.

O trabalho que se apresenta aqui é parte de uma pesquisa maior, realizada com cinco microculturas

juvenis em duas cidades médias do interior do estado de São Paulo<sup>2</sup>. Todas essas microculturas foram reveladas e descritas a partir do trabalho etnogeográfico em bairros da periferia urbana. Contudo, o foco aqui será em torno das descrições e análise da microcultura do *low* na cidade de Marília/SP.

O que se propôs durante essa e outras pesquisas com microculturas juvenis foi estar dentro e fora da periferia. Para isso, foram utilizados quatro procedimentos articuláveis e complementares entre si: 1) A observação sobre a vida cotidiana no bairro e nas práticas de lazer encontradas entre os jovens; 2) entrevistas com moradores no bairro com o foco principal na compreensão das práticas juvenis relacionadas ao lazer e suas mudanças ao longo dos anos no bairro; 3) a observação participante<sup>3</sup> com redes juvenis nos seus locais de diversão, sobretudo no período noturno, com o objetivo de obter informações sobre seus sinais diacríticos<sup>4</sup>, os significados de suas práticas, além de suas formas de sociabilidade no tempo livre; 4) uso da netnografia para produção de informação a partir das interfaces dessas microculturas nas plataformas sociodigitais, como Facebook e YouTube.

Os registros foram coletados por meio de diário de campo<sup>5</sup>, e as entrevistas formais e informais ocorreram com colaboradores das microculturas e moradores mais antigos do bairro. As que se deram com os jovens participantes das microculturas tinham o objetivo de obter informações mais precisas sobre a origem de seus gostos, escolhas identitárias e a formação de suas microculturas. Por sua vez, as entrevistas com cidadãos que viveram as cenas de lazer em gerações anteriores possibilitavam construir uma perspectiva das mudanças sucessivas na maneira como as estruturas de lazer e culturas juvenis foram se inserindo no bairro e nas áreas centrais.

Já as informações produzidas a partir do recurso netnográfico foram obtidas a partir dos registros das microculturas em grupos abertos e fechados na plataforma sociodigital do Facebook, mas também pela

coleta de informações no canal de vídeos do YouTube. Esta plataforma, em especial, reunia muitas das performances das microculturas pesquisadas na cidade de Marília. Outra frente netnográfica foi o trabalho de extrair informações de *sites* de festas e eventos onde havia a participação dos jovens das periferias.

É preciso destacar que as interações e observações de campo, combinadas com o método netnográfico, se tornaram imprescindíveis, uma vez que tanto os jovens do *low* como as demais microculturas divulgam a maior parte dos seus encontros na mídia sociodigital. Além disso, essas interfaces passaram a ter uma importância na pesquisa, pois grande parte de suas transposições de escalas estavam relacionadas com essas formas de comunicação mediada. Ações como: combinar encontros, caronas, locais de parada etc. O que, por sua vez, revelava como construía seus enturmamentos e territorialidades na cidade.

O trabalho de campo começou com sondagens iniciais na cidade de Marília<sup>6</sup> com o pressuposto de identificar, na área central e de maior densidade de lazer noturno, os locais onde os jovens da periferia se reuniam. Contudo, essas primeiras explorações não obtiveram sucesso, pois não foi fácil encontrar esses jovens nos circuitos de lazer tradicionais da cidade ou mesmo reconhecê-los entre jovens de outros segmentos e classes sociais.

A partir de então, algumas hipóteses foram formuladas, uma delas sendo que os jovens estariam nesses espaços, mas misturados, submetidos e indiferenciados em face de certo formato de consumo de lazer que se tornou relativamente acessível mesmo às classes populares. Outra hipótese é que talvez esses jovens construíssem uma espacialidade distinta do que havia sido imaginado como mais comum em termos de um formato de lazer e consumo dirigido.

Essas hipóteses apenas confirmavam a necessidade de se estar na periferia, entender suas práticas de lazer a partir de seus espaços de origem. Também se fez necessário criar uma metodologia de abordagem e um recorte geográfico para dar conta deste objeto de pesquisa.

Assim, o bairro Santa Antonieta na Zona Norte da cidade foi determinado como foco inicial do trabalho etnogeográfico<sup>7</sup>. Dois critérios foram usados para a escolha do bairro: o primeiro foi a identificação da grande distância entre o bairro e a mancha urbana central, ou seja, a existência de uma barreira material que colocava em questão a sociabilidade desses jovens em relação a outros lugares da cidade, sobretudo em relação ao

<sup>2</sup>A pesquisa durou quatro anos e começou na cidade de Marília, onde foram estudadas as microculturas motorizadas do *low e wheeling*. Em Bauri, a partir de um bairro periférico, a pesquisa girou em torno de três microculturas: os jovens das *baladas*, os jovens da festa do *fluxo* e também os jovens adolescentes dos *rolezinhos*.

<sup>3</sup>Desde o início, decidi por deixar claro minha condição de pesquisador, mas também não queria estar longe dos contextos de diversão dos jovens e suas práticas. O formato que se aproximou disso seria o que Cicourel (1980) chamou de "observador como participante". Nele o observador, por meio de mediações de colaboradores, insere-se nos contextos sociais, sempre deixando clara sua condição de outsider. Acaba sendo uma observação direta e também mediada quando o colaborador ajuda elucidando questões e descrevendo com suas palavras as práticas que desenvolveu.

<sup>4</sup>Sinais diacríticos é um conceito que se origina em Fredrik Barth (2000) para identificar marcadores, criações e símbolos que definem uma fronteira entre grupos étnicos e culturais.

<sup>5</sup>Os diários de campo a que me refiro aqui começaram com os tradicionais *moleskines*, mas posteriormente passei a usar anotações diretas no smartphone, com o aplicativo Onenote.

<sup>6</sup>Estas explorações iniciais foram realizadas no primeiro semestre de 2013.

<sup>7</sup>O avanço da pesquisa permitiu conhecer outras redes juvenis em torno de uma mesma microcultura, tal como ocorreu com os jovens do *low* a partir do bairro e depois com contatos com outras redes em bairros da Zona Sul da cidade.

lazer. O segundo critério era o peso da estigmatização territorial (WACQUANT; SLATER; PEREIRA, 2014) sobre o bairro, que neste caso implicava discutir as barreiras simbólicas às práticas desses jovens. Esses critérios partiram de duas fontes: a primeira através da mídia (jornais e sites de notícias) que regularmente construía uma narrativa depreciativa do bairro, e a outra fonte foi gerada a partir de entrevistas com moradores da cidade. Abaixo, dois trechos de duas entrevistas que dão o teor do grau de estigmatização territorial no bairro:

(...) um vazio urbano no meio, que é esse bairro, que hoje o pessoal brinca de ser a "Cidade de Deus", eles pegaram, embora seja uma brincadeira preconceituosa, mas eles falam, porque pegou todos os problemas de cada região, juntou tudo e jogou lá, por isso que é a "Cidade de Deus"<sup>8</sup>.

Não moraria no bairro de Santa Antonieta porque o lugar é péssimo (...) Morando lá, eu passaria por grandes situações problemáticas como: assaltos, ocorrência de tráfico de drogas, guerra de gangues, balas perdidas, entre outros problemas tão comuns aos bairros pobres. (...) A garantia que irá dormir uma noite tranquila em sua casa nem sempre é certa. (...) O bairro é como uma "cova de leões"...<sup>9</sup>

Os instrumentos para a produção de informações foram sendo lapidados à medida que aumentava a permanência e a frequência no campo, o que resultou na ampliação da rede de colaboradores e a familiarização com a cartografia do bairro e da cidade. Aliás, as muitas referências espaciais geradas nas entrevistas foram sendo elucidadas graças ao maior conhecimento do tecido urbano. Afinal, para esses jovens, o que era estar perto ou estar longe de certas superfícies comerciais na cidade, como um *shopping center*? Quais barreiras e dificuldades tinham para acessar as áreas mais centrais? Como lidavam com essas barreiras? E, finalmente, como produziam suas escalas para além da periferia?

Por sua vez, é um tipo de pesquisa que também exige do pesquisador um grau significativo de mobilidade: o envolvimento com o campo de pesquisa significava estar o dia inteiro no bairro, deambulando e circulando de moto<sup>10</sup> para captar a vida social, ou seja, seus fluxos, sentidos. Como, por exemplo, os locais de maior aglutinação dos jovens, as ruas mais importantes durante o dia e a noite, as estruturas de lazer no bairro e seus usos pelos jovens.

Como destaca Magnani (2000), esse tipo de observação foca na regularidade mais do que nas cenas

<sup>8</sup>Jovem de 24 anos, morador do Bairro Santa Antonieta.

<sup>9</sup>Relato extraído de uma entrevista de um jovem morador de condomínio de alto padrão em Marília, extraído do trabalho de Delicato (2004, p. 54)

<sup>10</sup>O uso de motocicleta em campo foi essencial para se ter um alto grau de mobilidade e "ganhar tempo" nas observações, recurso que permitiu flexibilidade para parar, anotar, fluir pelas ruas e acompanhar os passeios dos jovens na cidade em tempo real, visitar e observar vários locais com certa discrição e, ao mesmo tempo, com liberdade maior na circulação.

episódicas e inusitadas. Isso é um fator importante, pois vão-se observando coisas que a princípio pareciam prosaicas, mas que na verdade revelam-se práticas sutilmente elaboradas. Como a própria descoberta dos jovens do *low* que ocorreu em uma das deambulações no bairro. Tudo começou com uma observação, entre outras, de um pequeno grupo de jovens em torno de seus carros perfilados, todos rebaixados e polidos numa esquina. Cena que se repetia em todos os sábados. Essa observação inicial se somou a outras, sobretudo para os sempre presentes adesivos colados nos carros, com nomes sempre terminados com ou unidos à palavra *low*, como, por exemplo, *Club365low*. Com base nessa simples observação, passei a prestar mais atenção e a procurar no bairro e na cidade qualquer carro com adesivos semelhantes. O que revelou ser uma grande surpresa, pois os adesivos eram específicos de diversas redes juvenis na cidade que se filiavam à cultura dos carros rebaixados.

A esquina onde se reuniam os jovens do *low*, assim como outros locais do bairro, onde se enturmavam outros jovens e microculturas, foram sendo reconhecidos como *pedaços*<sup>11</sup>, ou ainda espaços de sociabilidade e visibilidade. A escola também se revelou um espaço importante nas suas socializações, onde constituíam suas redes de amizades e na aproximação identitária em torno de culturas juvenis.

As observações e entrevistas, em paralelo com as análises, foram guiando a pesquisa na desconstrução de algumas noções, como, por exemplo, a de uma homogeneidade cultural juvenil na periferia, e abrindo perspectiva para outras, como a diversidade de formas de diversão e microculturas juvenis no bairro, algumas das quais por sinal quase totalmente ignoradas, apesar do grande número de jovens que as compõem, como é o próprio caso do *low*.

Um segundo aspecto foi revelar uma vida social muito além da *mesmice* que se costuma impingir a muitos bairros periféricos. No Santa Antonieta, sobretudo nos anos 1980 e 1990, eram comuns as festas dançantes e encontros de jovens em torno de estilos musicais e dançantes. Já no final dos anos de 1990, à medida que o grau de motorização dos jovens se ampliou, também seus circuitos de lazer foram se expandindo para além do bairro. Esse ponto foi muito importante para se cogitar sobre como efetivamente criavam condições para seus movimentos e outros recursos necessários para uma múltipla territorialidade (HAESBAERT, 2012) na cidade. Essas indagações se tornaram fundamentais na exploração destes aspectos: o conceito de produção de

<sup>11</sup>Para Magnani (1992), o conceito de "pedaço" está relacionado com locais definidos de encontros e reuniões onde se partilham símbolos, gostos e orientações. Um encontro que se dá pela aproximação dos agentes em torno de preferências em comum.

escala<sup>12</sup> e capital espacial.

De modo inicial, a produção de escalas busca descrever como os grupos criam estratégias para transpor seus espaços de origem, tendo por base os arranjos e/ou barreiras espaciais que compõem o tecido urbano. O uso deste conceito deve supor o entendimento dos fenômenos a partir da extensão e da dimensão que adquirem no espaço, e não de uma escala prévia ou preestabelecida de abordagem do fenômeno (CASTRO, 2009 [1998]).

Neste caso, não é a escala que previamente determina a extensão do fenômeno, mas é a ação dos agentes que determina as escalas pelas quais se materializam suas práticas na cidade. Seguindo esse pensamento, a escala tratada pelos geógrafos adquire uma concepção mais dinâmica e essencial nas análises socioespaciais, pois permite pensar os fenômenos espaciais projetados numa perspectiva escalar que se inter-relaciona de forma articulada: extensão, nível, relação, poder e movimento.

Um avanço a esse respeito que merece ser pontuado são os trabalhos de Neil Smith (1988; 2000), com destaque aqui para seu artigo (SMITH, 2000) sobre os sem-teto de Nova York, que, a partir de uma maior autonomia para circular na cidade transportando seus objetos pessoais em veículos baseados na arquitetura vernacular do carrinho de supermercado, passaram a redefinir suas escalas de movimento, criando uma mobilidade de subversão, uma vez que constantemente eram expulsos de espaços privados ou era contestada sua presença em espaços públicos.

Já o conceito de capital espacial passou a ter uma importância central na pesquisa, pois, mesmo para redefinirem suas escalas, os jovens da periferia precisavam reunir condições objetivas para efetivar seus movimentos e suas territorialidades. A princípio, o conceito de capital espacial neste trabalho<sup>13</sup> passou a abranger os meios técnicos e o saber-fazer aprendido nas suas sociabilidades, que lhes permitiam compor formas de mobilidade e acessos na cidade em seus *rolês*.

Outro aspecto embutido no conceito de capital espacial é o poder que deu a esses jovens de criar conexões entre diferentes bairros da periferia e até de cidades próximas, permitindo-lhes compor, de certa forma, um circuito de lazer paralelo na cidade – um circuito da periferia.

Outro aspecto, inspirado no trabalho de Turra Neto

(2012), foi observar que, ao mesmo tempo em que essas redes juvenis em torno de uma mesma microcultura mantinham conexões na cidade e em cidades próximas, elas também estavam articuladas em torno de referências identitárias em comum, a partir de culturas juvenis externas, em outros centros urbanos. Na realidade, todo esse trânsito na cidade em torno de festas e encontros na área central ou bairros periféricos constituía duplamente uma territorialidade e uma transterritorialidade.

Tomando como base a referência em Turra Neto (2012), a concepção de transterritorialidade<sup>14</sup> diz respeito às condições técnicas e aos contextos urbanos que favorecem a receptividade ou a aterrissagem de um determinado conteúdo cultural (moda, movimento cultural, estilos de vida, performances etc.) na cidade. Porém, é um processo sempre mediado pelos agentes, ou seja, aqueles que vão se identificar com esse conteúdo simbólico, consumi-lo e ao mesmo tempo ampliar as redes de sociabilidade em torno do gosto ou de um interesse em comum. Conforme se entrosam e partilham da mesma identificação, essas redes produzem uma efetiva transterritorialidade, muitas vezes introduzindo suas próprias referências locais ao que é recebido de fora.

Outra ideia complementar à de transterritorialidade foi a concepção de “transescalaridade”, que confere centralidade ao modo como os conteúdos simbólicos e culturais, antes de serem apropriados pelos grupos, vão precisar de meios técnicos e informacionais para viajar e se ampliar em diferentes escalas.

O que logo se identificou na pesquisa foi que os conteúdos simbólicos e culturais compartilhados entre as redes juvenis dependiam de meios técnicos, que, por sua vez, foram se sucedendo e se tornando ubíquos na periferia, como os programas musicais nas estações de rádio FM, os programas de esportes radicais e música nos canais de televisão, assim como as revistas sobre músicas e conteúdos juvenis que foram chegando na cidade e no bairro. Já nos anos 1990 e 2000, os meios digitais foram se constituindo em outras fontes de informação e de conexão com culturas juvenis externas. Nesse sentido, no bairro Santa Antonieta, um importante microespaço de abertura para o mundo foram as *lan houses*.

O par transterritorialidade/transescalaridade também vem superar a ideia da simples “difusão cultural”, como

<sup>12</sup>Particularmente, o uso empírico e mesmo a teorização da escala geográfica ou espacial vem crescendo nas últimas décadas (MARSTON, 2000). A este respeito, Erick Swynghedouw (2004) destaca, já na virada do século XXI, o grande número de trabalhos que passaram a discutir desde a produção social das escalas até as transformações escalares no âmbito da política econômica e no avanço do capitalismo.

<sup>13</sup>A ideia de capital espacial requisita uma teorização mais robusta, assim como os outros conceitos até aqui explicitados, razão pela qual não é possível fazê-lo aqui. Contudo, venho desenvolvendo a relação do capital espacial em torno da teoria da prática.

<sup>14</sup>Na realidade, encontram-se duas abordagens sobre este conceito e ambas envolvem de forma nuclear a dimensão da cultura. Em Haesbaert (2009), a transterritorialidade é realizada por pessoas e grupos, implica agentes em movimento em múltiplos territórios, o que se conjugaria com o sentido de hibridismo, o trânsito entre diferentes territórios, mas também assumindo uma condição híbrida, ou seja, é um estar-entre territorialidades de diferentes culturas (HAESBAERT, 2009; HAESBAERT; MONDARDO, 2010). Já em Turra Neto (2012), é o conteúdo simbólico e cultural que assume diferentes territorialidades, conforme os grupos e redes de sociabilidades nas suas particularidades espaciais e sociais incorporam esse conteúdo que viaja.

algo que tem o poder de se reproduzir a partir de um ponto e se espalhar no espaço como um vetor de mudanças e impactos que independem dos contextos locais, materiais e técnicos.

De fato, o valor cultural das mensagens, as estruturas técnicas disponíveis (informativas, audiovisuais, redes de transmissão etc.) e sua escala de propagação inicial vão variar, assim como o contexto de receptividade de cada lugar no espaço tem sua particularidade em termos de restrições ou do grau de abertura para o que vem de fora. Tal como se verá a seguir com a microcultura do low, de um lado existe a importância dos locais de recepção cultural, que são a ponte com culturas externas, como as oficinas de carros, e de outro, os meios que dão poder para os conteúdos culturais viajarem, como as plataformas sociodigitais.

A seguir, buscarei, a partir da microcultura do low, uma das redes juvenis descobertas na periferia da cidade de Marília, mostrar como a diversão, além do sentido de uso do tempo livre como fruição e produção de sensações, também é um campo de construção de capital espacial e de visibilidade social para estes jovens, onde se faz necessário que elaborem suas formas de saltar as escalas, construir suas territorialidades e seus agenciamentos. Com efeito, práticas socioespaciais que se envolvem diretamente com a questão sobre o direito à cidade (LEFEBVRE, 2001 [1968]).

### Encontro com os jovens do low e suas estratégias espaciais

Antes de mais nada, *low* é uma expressão que emerge da cultura juvenil que se refere aos jovens que percorrem a cidade com carros populares rebaixados, além de outros acessórios, como rodas esportivas, e que provocam a sensação de que seus carros estão quase colados na pista ou que mal vão conseguir ultrapassar as lombadas e os rebaixamentos das ruas. Tal como anteriormente descrito, o contato com os jovens do *low* ocorreu nas deambulações e na imersão no conjunto de bairros da Zona Norte de Marília. Foi uma entre outras redes juvenis com que consegui fazer contato no bairro e em que estabeleci uma sistemática de descrições mais precisas e frequentes.

Mais tarde, por meio da observação no bairro e na mídia sociodigital, fomos descobrindo outros grupos com interesses em carros tunados. Observei que durante a noite esses carros também desfilavam pelas ruas principais do bairro e da cidade. Consegui realizar contato com duas redes juvenis: os jovens do *Club365low* da Zona Norte da cidade e os do *Old School*, na Zona Sul,

ambos protagonistas de vários rolês e eventos em fins de semana. Observei-os em alguns de seus encontros e, por meio de conversas com esses jovens, consegui conhecer muitas de suas práticas.

O *low* está inscrito nas novas microculturas motorizadas da periferia, assim como os jovens do *wheeling* (jovens que empinam motos). Possuem ampla capacidade de transpor escalas na cidade, atingindo um rolê de escala interurbana, e participam de eventos por eles organizados em cidades da região, o que significa reunir condições para um circuito de diversão com base num capital espacial, que pode ser compreendido como o poder de sair da situação de confinamento territorial e a oportunidade de se tornarem visíveis e se dissimilarem em suas redes juvenis e microculturas.

Existem poucas referências sobre a transescalaridade/transterritorialidade da cultura do *low*, ou seja, como e onde surgiu especificamente, como chegou às metrópoles e cidades do interior do Brasil. Uma filiação provável está relacionada a uma cultura juvenil originária chamada de *lowriders*, que teriam chegado aos grandes centros urbanos e introduzido a cultura de customizar carros para alterar radicalmente os originais de fábrica. Tão ampla quanto a personalização de carros, essas customizações também abrangem bicicletas e motos.

A cultura *lowrider* tem sua origem em jovens mexicanos que, morando em bairros pobres da Califórnia, com poucas condições para adquirir carros caros para modificar, por exemplo, em estilos *vintage*<sup>15</sup>, buscaram rebaixar seus carros populares e customizá-los com baixos recursos, unindo criatividade e ganhando visibilidade social, ao ponto de hoje terem se tornado uma cultura urbana dos subúrbios. Encontramos, por exemplo, uma matéria do *The New York Times*<sup>16</sup> que destaca como essa cultura da periferia estadunidense é abrangente e como vem aterrissando em cidades metropolitanas como a Cidade do México e São Paulo.

Não obstante, o *low* é uma variação dessas customizações e de uma cultura juvenil maior. Diferente de outras ramificações culturais dos *lowriders*, eles não são muito aficionados pelo maior poder de motorização ou por arriscar manobras em rachas de carros. As redes juvenis ligadas aos carros de suspensões rebaixadas também se inserem nas práticas de personalização dos carros, chamada entre os aficionados de *tuning*. No Brasil,

<sup>15</sup>A estetização do estilo velho e desatualizado, mas que se incorpora ao moderno, muito próximo da noção de pós-modernidade discutida por Fredric Jamenson (Pós-Modernismo – A lógica cultural do *capitalismo tardio* – Ática, 1991): a repetição das formas passadas, onde a ruptura entre a vanguarda e as formas passadas são desconsideradas. Nesse caso, os carros dos anos 50 e 60 retransmitem a atmosfera da época, mas são convertidos num fetiche atual.

<sup>16</sup>Cultura lowrider de Los Angeles invade São Paulo; brasileiros estão aderindo ao movimento que surgiu na periferia dos Estados Unidos". Traduzida pelo jornal Zero Hora em 6/4/2013, acessível em: <<http://zh.clicrbs.com.br/rs/entretenimento/noticia/2013/04/cultura-lowrider-de-los-angeles-invade-sao-paulo-4098202.html>>. Acessado em: 23/3/2014.

a prática é tão comum que ganhou um verbo: "tunar"<sup>17</sup>, ou seja modificar o carro a partir de sua montagem original. Dentro desse universo do *tuning*, há aqueles jovens que preferem rebaixar os carros, investir na suspensão, deixar a carroceria do carro o mais próximo possível do asfalto.

Em geral, os investimentos dos jovens do *low* são para tornar os carros diferentes dos originais, mas privilegiando uma personalização que não altera todo o carro, que dá ao automóvel uma modelação exclusiva, sob critério do próprio dono. O carro, então, se diferencia de outros automóveis e também, conforme a criatividade e o poder de investimento, amplia a visibilidade de quem o dirige.

É interessante que, mesmo dentro dessa cultura urbana, há as preferências em carros rebaixados à meia altura, outros "socados no chão", quase colados na rua, outros que investem em motor potente e rebaixamento ao mesmo tempo, ou em deixá-los mais esportivos, e outras mesclas que juntam som automotivo, motor e suspensão. Muitos desses jovens são fissurados em filmes como *Velozes e Furiosos*, cuja temática envolve carros tunados, velocidade e adrenalina em meio a muitas manobras e rachas.

No contato com alguns líderes dessas equipes, eles costumam relatar que o interesse por carros vem desde a adolescência, desenhando carros nos cadernos de desenho na escola, encontrando amigos no bairro com os mesmos interesses e descobrindo revistas e *sites* na internet sobre modificações de carros.

A ideia de ter um carro e fuçar em sua montagem, investir em acessórios, além dos interesses em comum, também agrega a possibilidade de pertencer a uma rede de amigos com quem podem permutar peças automotivas, ou conhecer alguém que tem ou está vendendo uma determinada roda, pneu ou conjunto de suspensões. A rede de amigos também ocorre em torno de sair juntos, marcar para estar num bar e conversar sobre as tunagens de carros.

Deve-se destacar que esta criatividade também é encontrada em outras microculturas juvenis da periferia, como entre os jovens do *wheeling*, que fazem manobras de moto, como empiná-las em ruas e rodovias. Outro traço comum é que, com poucos recursos econômicos, elaboram hibridismos e bricolagens em seus carros e motos que resultam num tipo de construção identitária e de pertencimento, tal como discute Leila Jeolás (2013, p. 5), em cujo estudo sobre os grupos juvenis automobilizados de Londrina/PR descreve que esses grupos "(...) bricolam seus carros e motos à sua própria imagem, a fim de se apresentarem publicamente e de

exibirem a potência dos motores e a técnica dos pilotos e, assim, ganharem prestígio entre seus pares". Este aspecto da busca por distinção e visibilidade social é algo que pretendo explorar mais adiante em torno do *low*.

Outro aspecto interessante, tal como ocorre com os *lowriders* nos Estados Unidos, é a tendência dos jovens do *low* a fazer *crossover*, misturando carros e estilos musicais. Como a influência do hip-hop em algumas redes juvenis relacionadas à tunagem de carros, processos que também estão ocorrendo no Brasil. Nas mídias sociais como Facebook e canal de vídeos YouTube, os jovens postam suas performances com carros rebaixados sob o embalo da música *rap*. Esses tipos de hibridismo são comuns e, no caso de Marília e Bauru, a cultura *low* guarda semelhanças e também particularidades em relação a metrópoles como São Paulo.

Por meio da netnografia, foi possível também identificar que essas microculturas se articulam em redes interurbanas, como em eventos dos quais participam grupos de *low* de outras cidades médias além de Marília. Neste caso, as interfaces com esses veículos sociais têm um duplo efeito: primeiro, a informação do evento é multiplicada rapidamente, já que se pode ter a confirmação da presença ou do interesse para a festa; e segundo, o uso da mídia social acaba mediando as condições para o ajuntamento de suas redes espalhadas na cidade para um determinado lugar da cidade.

Esse efeito aglomerativo não deveria ser desprezado na descrição das práticas dos jovens da periferia no campo da diversão. Em todas as microculturas em que foi possível interagir, identifiquei que suas festas são elaboradas na perspectiva do ajuntamento, geralmente utilizando intensamente as interfaces da mídia social – uma sociabilidade que resulta do reforço de seus laços de amizade, das afirmações de certas fidelidades identitárias e do investimento na visibilidade pessoal. Essa força gregária criada no âmbito da diversão ocorre também muitas vezes sob o signo da pluralidade. De alguns encontros dos jovens do *low* podem também estar participando outras microculturas, como os jovens dos carros do som automotivo e do *wheeling*, assim como outras redes que ficam sabendo da festa e aparecem, juntando-se à multidão na rua ou em algum pátio de posto de gasolina. O espírito dessa diversão é muito bem captado por esta expressão popular na periferia: "tudo junto e misturado".

Tanto para os jovens do *low* e outras microculturas como para os jovens da festa do fluxo<sup>18</sup>, do *wheeling* e mesmo os dos rolês nos *shopping centers*, a aglomeração

<sup>17</sup>Interessantemente, a palavra já é dicionarizada no Houaiss, significando "alterações mecânicas e estéticas em carros e até eletrodomésticos". Mas "tunar" também significa vadiar, andar à toa, ficar sem fazer nada, ou seja, uma palavra que reúne a ideia de criatividade e ócio.

<sup>18</sup>O *fluxo* é uma festa popular juvenil, geralmente ocorre na rua. Nela diversas redes e microculturas ocupam o espaço público para compor suas diversões no embalo de bebidas e muita música.

é um poder e tem forte impacto socioespacial nos circuitos de diversão da cidade, pois é quando essas redes juvenis, de maneira coordenada e rizomática, criam uma cena de diversão *underground* na cidade em paralelo ao *mainstream* dos núcleos de lazer e consumo. O encontro de grande número de jovens vindos geralmente de diferentes bairros da periferia, criando trajetos e transpondo as escalas, é o que permite criar uma múltipla territorialidade na cidade (HAESBAERT, 2012), sem contar que a aglomeração acaba constituindo um tipo de resistência, pois dificulta intervenções como as da polícia ou de outras ações repressoras.

Em Marília, é muito comum os jovens do *low* marcarem encontros noturnos em certos postos de combustíveis da área central, principalmente nos postos de combustíveis que oferecem amplo pátio e luminosidade. Como destacado, a mídia social tem forte peso tanto na divulgação do evento quanto como plataforma que articula as várias retículas ligadas ao *low* nas cidades da região em torno de um mesmo evento. Alguns postos de combustíveis acabam tendo a preferência para o encontro, em face de serem mais bem estruturados, pois também oferecem serviços, loja de conveniência e alguns até têm galerias de lojas.

Durante os últimos anos, esses postos de combustíveis, sobretudo aqueles que prolongam suas atividades durante a madrugada, passaram não apenas a oferecer os pátios para encontros como também a vender grande quantidade de bebidas. No caso do *low* em Marília, também se estabelece um tipo de negociação entre o proprietário e os jovens que lideram suas redes. Por exemplo, em um dos postos onde os jovens do *low* passaram a exercer sua territorialidade, foi feita uma negociação para que um segundo pátio, direcionado ao atendimento de caminhões, pudesse servir de encontro noturno para os grupos em fins de semana. Mas o trato era que deveriam respeitar alguns limites, como não ligar o som automotivo em alto volume e evitar badernas e confusões.

Como observei, nem sempre esses limites são respeitados ou mesmo conhecidos. Outros jovens que vão de carro para esses encontros não estão associados ao *low*; por isso, alguns pensam que podem fazer como no pátio onde ocorre a festa do *fluxo*: ligar alto o som dos carros e deixar a batida dominar a ambiência. Quando esses abusos acontecem, entram em cena outras negociações mais sutis: os jovens do *low* vão conversar com aqueles que não estão por dentro das regras. O que se busca é evitar represálias tanto do proprietário como da polícia, ou seja, eles “não podem queimar o filme”<sup>19</sup>. Querem poder, sem nenhum tipo de confusão,

perfilar seus carros e focar as conversas em torno das aparências e da tunagem dos carros.

Nestes encontros de carro, sobretudo durante as noites de fins de semana, as jovens e os jovens passam esse momento de tempo livre conversando, tirando sarro um do outro e falando de projetos para os carros. Ocorrem sempre conversas paralelas em torno de fofocas, sobre alguém que levou o carro numa oficina ruim. Em meio a esse tempo, pode ocorrer a chegada de um amigo há muito tempo “sumido”, e aí começam as brincadeiras, outros fazem comparações de carro, falam sobre quem tem o carro mais rebaixado, ou a roda mais legal... Toda essa sociabilidade é feita num clima de descontração e gozações. É uma diversão feita junto com um clima de visibilidade social, isto é, estão também buscando projetar sinais de distinção, estão nos encontros para serem vistos, para investir na imagem pessoal, lucrar com os investimentos no carro e ser reconhecidos por suas habilidades e esforços.

Há também os encontros maiores, que, em geral, são eventos e festas que se constituem em espaços sociais que viabilizam um campo maior de interação entre as redes que fazem parte da microcultura *low* de uma região. Essas interações já começam na mídia social via postagens e discussões, e nas oficinas onde os jovens se encontram. No primeiro encontro noturno *low* de Marília, que reunia todas as equipes da cidade, presenciei uma centena de carros espalhados pelas quadras, vindos de várias cidades da região, sendo que uma das atividades da festa era a de votar no carro que mais chamava a atenção.

Vale a pena mencionar um fato interessante. Nesse mesmo evento, surgiu de forma espontânea, atravessando a festa, um grupo de jovens adolescentes pilotando bicicletas motorizadas muito barulhentas, chamando atenção de todos. Não foram convidados oficialmente para a festa, porém, mais uma vez, se manifestava a cultura do *tudo junto e misturado*. Esses jovens adolescentes estavam aproveitando um evento organizado por outra microcultura para também se dissimilarem, além do que, sua participação inesperada não deixava de ser um acréscimo à diversão.

É preciso destacar que as interações dos jovens do *low* nesses eventos ocorre tanto por uma solidariedade como também por um tensionamento entre as redes juvenis que compõem essa microcultura, muitas vezes se revelando de modo subliminar. Tais como posicionar os carros onde há mais visibilidade na rua, estar mais próximo de fachadas luminosas, entre outras práticas. Nesse encontro noturno, que reunia todas as equipes de *low* da cidade e da região, havia uma demarcação

<sup>19</sup>Estas expressões que surgem nas conversas com estes jovens denotam os limites e fronteiras entre suas práticas e aquilo que é tido como transgressor na ordem

que se impõe na cidade.

territorial, cada rede ou clube low tinha seu lugar na rua, em que os jovens orbitavam em torno dos carros que os representavam, ou seja, *tudo junto e misturado*, porém, sem deixar de fora suas microterritorialidades, suas diferenças e visibilidades particulares no interior da festa e da aglomeração produzida por eles.

### Uma visibilidade bifronte

Há muitos aspectos relacionados ao modo *low* de curtir o lazer com seus carros tunados, desde a organização e a divulgação na mídia social até as formas de engajamento nesses encontros e as negociações entre os clubes da cidade, incluindo os relatos dos jovens sobre as dificuldades em tunar os carros e as estratégias para darem seus papéis.

Um aspecto a se ter em vista sobre o *low* é que, com seus carros rebaixados e estilizados, seus adeptos revelam que podem usar os espaços da cidade não apenas como meros pontos de encontro, mas também como uma instância de mediação entre a exposição de seus carros e as estruturas espaciais de lazer das áreas centrais, uma vez que eles se tornam uma referência adicional para incrementar-lhes o lazer, pois atraem a atenção de diferentes pessoas, podem despertar em outros jovens também o desejo de rebaixar o carro e torná-lo mais *manero*. Muitas vezes estão junto a outras redes sociais relacionadas a exposições de carros, como a de carros antigos e a turma dos fuscas.

Os projetos de visibilidade pessoal estão além de uma identificação cultural, mas também se associam com a busca de prestígio e uma posição de destaque nas suas redes sociais. A visibilidade é constituinte de vários contextos socioespaciais e de socializações em que muitos jovens estão imersos. Eles aprendem e interiorizam práticas relacionadas às estruturas de um sistema de posicionamento social em que precisam elaborar também suas estratégias para se situarem. Seja na escola, no bairro ou no trabalho, os sistemas de classificação e as formas de distinção são parte do universo desses jovens, que sabem que os recursos são desiguais e que isso influencia o que podem ser ou ter, assim como conquistar recursos ou as posses de capitais são condições necessárias para se posicionarem socialmente (BOURDIEU, 2007).

Portanto, um sistema de classificação não é algo externo às suas sociabilidades. Contudo, com suas redes, identificações e experiências, eles também descobrem, em meio às dificuldades e barreiras, a possibilidade de atuar por meio de diversas estruturas para reproduzir sob suas criações um campo de diversão e posicionamento

social que se torna específico em sua microcultura e estilo de vida.

É por meio de seus interesses e preferências que encontram nos estilos, como na tunagem dos carros, uma possibilidade concreta de construir um capital simbólico que pode, sob suas regras, reproduzir um sistema de valores. Buscam com suas práticas obter reconhecimentos, simpatias e privilégios, sem contar que, além do valor simbólico do carro que conseguem tunar, obtêm também a valorização material do carro, um bem de troca que lhes permite saltar para investimentos maiores.

A busca por visibilidade e diversão aproxima jovens não somente de um círculo espacial próximo, mas também de diferentes cidades, isto é, podem criar enredamentos em outros lugares, como, por exemplo, os jovens que não são da cidade de Marília, e sim de cidades próximas, mas que assumem identidade com as equipes *low* de Marília. Além disso, tomam conhecimento de eventos e encontros de *low* aproveitando os efeitos de formas de comunicação mediadas ou quase mediadas<sup>20</sup>, configurando, assim, uma relação escalar que ocorre muitas vezes sem a necessidade de se depender das condições da própria cidade, não se restringindo apenas às suas ofertas. Eles podem saltar as escalas para não apenas se tornarem visíveis, como para comprar peças, fazer contato com outras redes juvenis e até mesmo postarem suas performances automobilísticas, que chegam a vários lugares.

Desse modo, para os jovens do *low*, a diversão e a descontração são paralelas a outras intencionalidades. Esse ponto é importante, pois o investimento na visibilidade social também acaba gerando a necessidade de territorialização, de construir espaços onde suas redes possam se tornar visíveis e realizar festas e encontros. O espaço para esses tipos de redes juvenis sempre está em causa e em negociação. Às vezes, precisam escolher com cuidado os locais que estejam afastados do olhar da polícia; outras vezes, arriscam produzir suas performances em locais próximos das áreas centrais, como pátios de estacionamentos comerciais. Neste caso, as negociações ocorrem simultaneamente com os proprietários dessas áreas comerciais e com outros jovens e redes juvenis que podem também querer realizar suas próprias performances e exercer suas visibilidades nos mesmos locais. São territorialidades em geral negociadas com base em acordos, camaradagem e respeito.

Um outro aspecto importante é que o investimento na visibilidade social pode se tornar uma dimensão

<sup>20</sup>Thompson (2011) distingue comunicação face a face, mediada (uso de telefones, smartphones) e quase mediada, como a dos programas de televisão, que sustentam uma interação do tipo monológica.

bifronte<sup>21</sup>. De um lado, é uma construção realizada como práticas entre as redes juvenis; de outro, é uma visibilidade percebida por outras lentes, por outros agentes sociais, e que pode ser interpretada sob valores e classificações diferenciadas. O que se constrói como festa, diversão e visibilidades entre os jovens da periferia, como o que fazem os jovens do low, atinge outras esferas sociais, entra no campo do poder simbólico e territorial. Em muitos casos suas práticas socioespaciais ocorrem sob estigmas e coerções que visam limitar essas práticas.

Veamos aqui, por exemplo, uma das formas de repressão a que estão sujeitos: até 2014, o DENATRAM (Departamento Nacional de Trânsito) proibia alterar as suspensões fixas (molas e suspensões) de um carro, ou seja, o poder público não reconhecia que os jovens pudessem tunar seus carros populares nos moldes do rebaixamento das suspensões. Isto é, toda a prática do low estava em terreno clandestino e infracional. Após a permissão, foram dadas outras regulamentações, como a necessidade de prévia autorização do DETRAN (Departamento Estadual de Trânsito) e de passar por um órgão de vistoria, e nesse caso havia a permissão, mas sob um significativo custo econômico. Uma nova legislação tornou específico que a altura entre o carro e o chão não poderia ser menor que 10 centímetros, contudo as dificuldades não cessaram, isso porque seus papéis às vezes são interceptados pela fiscalização feita pela polícia, o que coloca em risco os investimentos desses jovens.

Alguns relatam que, em certas situações, algumas estigmatizações entram no jogo em muitas abordagens da polícia: “não foi com minha cara”, “carro de bandido”, “motorista visto como suspeito”. Seus carros são parados para que as medidas sejam conferidas, o que sempre se torna algo relativo, pois 10 centímetros do assoalho do carro até a rua podem ser mal mensurados quando o policial ignora a declividade da rua, da terra, alguma outra deformidade, ou quando simplesmente resolve, num primeiro olhar, decidir que o carro não cumpre as especificações e chama o guincho. Outros jovens passam pelo constrangimento e o perigo de ficar a pé com a namorada, com o carro guinchado em ruas desoladas. Por isso rodar de carros rebaixados ou revelar seus sinais diacríticos é um investimento que exige por parte dos jovens do low estratégias furtivas para fazer seus papéis.

<sup>21</sup>Esta ênfase no caráter bifronte neste trabalho visa apontar um plano de disputa territorial na cidade no campo da diversão, mas não ignora que essa visibilidade é elaborada sob diversos contextos socioespaciais, ou seja, ela é na verdade uma **visibilidade multidimensional**, pois há vários matizes em suas práticas, desde aquelas elaboradas entre esses jovens em suas redes sociais internas e entre outras redes juvenis e microculturas até aquelas elaboradas dentro do bairro, na mídia social, na escola e ao longo de suas trajetórias de vida.

## Capital espacial e a transposição de escalas

Os jovens do low são, em geral, filhos de famílias com alguma estabilidade empregatícia e financeira. Os pais podem ser servidores públicos, operários qualificados ou já aposentados, com uma renda assegurada pela previdência. Também, uma fração expressiva desses jovens cursa alguma faculdade e trabalha durante o dia na indústria ou no setor de comércio e serviços. São jovens que herdaram modestos recursos de capital econômico e simbólico, algo que os separa ligeiramente de outros jovens da periferia – uma condição que os lançou num campo de oportunidade em que se beneficiaram de um quadro econômico que lhes foi favorável até poucos anos atrás no País.

No início dos anos 2000, este quadro foi marcado pelo acesso a bens duráveis por parte de grandes contingentes da classe popular, o que impactou a grande produção industrial automobilística, que, por sua vez, se apoiou na venda de carros populares que acompanhou os aumentos de renda e poder aquisitivo desta classe: eles podiam adquirir carros novos ou seminovos.

Além disso, esses jovens foram absorvidos por uma economia de pleno emprego e rapidamente se tornaram consumidores em potencial de carros, uma vez que a alta empregabilidade e a renda neste segmento atraíram a atenção de bancos de empréstimos, financiamentos e consórcios – um verdadeiro estoque de demandas, não apenas de carros, mas também de outros bens duráveis voltados para os jovens ajudaram a manter aquecida a economia nesse período. Eram consumidores em potencial, não apenas pela condição mais favorável de emprego e renda, mas pela necessidade, pois muitos desses jovens também tiveram condições mais favoráveis para acessar cursos profissionalizantes ou o ensino superior, além de novos hábitos de consumo e diversão. O carro tornou-se importante meio de mobilidade e de saltar as escalas rumo a projetos de ascensão social.

Esse quadro econômico possibilitou que frações do contingente de jovens pobres da periferia, já com certo capital econômico diferenciado do de outros jovens, tivessem a possibilidade de arcar com os custos para tirar a carteira de habilitação e entrar no mundo da motorização, participando, assim, como consumidores do enorme mercado de venda de carros populares, novos ou usados, um mercado que aflorou a partir dos anos 2000 e que foi se ampliando na última década. Alguns indicadores de mobilidade, como os do Instituto de Pesquisas Econômicas Aplicadas (IPEA), destacam que em 2012 35% das famílias abaixo da linha da pobreza<sup>22</sup>

<sup>22</sup>Pelo critério da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) do IBGE, são consideradas famílias abaixo da linha da pobreza aquelas com rendimentos de até

possuíam seus próprios veículos (carro ou moto), um aumento considerável em pouco tempo, já que em 2008 a marca era de apenas 23%.

O acesso a bens duráveis como carros foi o que favoreceu o surgimento na periferia de redes juvenis dispostas a investir na motorização como expressão e performance de sua condição juvenil. Para os jovens do *low*, foi um recurso não apenas de mobilidade, mas também de territorialidade e visibilidade. Não obstante, a conjuntura econômica sozinha não explica o poder que construíram em torno dos seus carros, como o de transpor escalas da cidade, se organizar em redes e criar territorialidades. Como tentei mostrar, obter um carro sob condições custosas é uma parte dos recursos (principal) desses jovens para tunar o carro, pois outros fatores e condições precisam ser criados para que eles possam investir na prática do *low*, como gastos com oficina mecânica, adesivos, aros, pneus, faróis, entre outros diversos acessórios, sem contar os gastos comuns com a manutenção do carro e o combustível.

Portanto, o capital espacial dos jovens do *low* não foi algo que "caiu do céu" ou que apenas herdaram ou como resultado de terem se beneficiado de estruturas sociais e econômicas favoráveis. Uma das condições criadas por essa demanda foi o surgimento de oficinas especializadas em tunar carros nas cidades do interior, o que antes era apenas possível nos grandes centros. Outra consideração que tem peso importante são as redes que esses jovens começaram a tecer mesmo quando alguns não tinham o carro. Eles se informavam sobre os aspectos mecânicos de tunar carros, e, como se viu, essas redes favoreciam trocar peças e conhecer outros jovens dispostos a vender peças e carros, ou seja, uma rede juvenil organizada em diferentes retículas territoriais que se entrosava com o objetivo de diminuir custos da motorização e de modelar os carros, ou seja, de se tornarem móveis na cidade.

Com um capital espacial sempre em construção, mas já com algum recurso para saltar a escala da periferia, foi que se deu outro salto. Agora podiam se territorializar na cidade e criar escalas em nível interurbano. A rede juvenil do *low* passou a ser produtora de uma territorialidade difusa na cidade, conseguindo se reunir em diferentes locais dela, surgindo com seus carros, marcando presença em frente às fachadas luminosas, mesmo nos núcleos de lazer onde é frequente o acesso de jovens de classes mais altas.

A transposição escalar do bairro para áreas centrais se conecta com dois aspectos. O primeiro deles é o de elegerem locais onde possam ter visibilidade com seus carros diante de outros grupos ou classes sociais. No

bairro onde circulam com seus carros, essa visibilidade é mais amiga, embora mais restrita em termos de divulgação. Por sua vez, nos espaços mais luminosos podem garantir fotos e vídeos que serão postados, mostrando suas performances para um público maior. Novamente, isso denota mais prestígio. O segundo aspecto é própria vantagem da localização central, pois para ela afluem com mais facilidade outras redes juvenis ligadas ao *low*, isto é, uma maior acessibilidade.

Os encontros nas áreas centrais geram forte poder de aglomeração, pois podem reunir num só ponto do espaço urbano as várias redes de *low* da cidade ou de fora dela. E é entre amigos que se fortalecem e podem nas áreas centrais exercer uma territorialidade, ainda que transiente nos locais mais luminosos da cidade.

Não obstante, a territorialidade nas áreas centrais jogam os jovens do *low* justamente no campo das distinções simbólicas e conflituosas na cidade. A polícia não raramente costuma "baixar" em seus encontros e como, já foi destacado, associam-nos com infratores de trânsito ou colocam-nos em situação de constrangimento em suas abordagens. O fato de desfilarem seus carros nas ruas de maior movimento noturno e onde se concentra um comércio mais elitizado também os coloca como estranhos ao lugar. Assim, somente com o poder de aglomeração é que podem exercer uma territorialidade e se sentirem entre os seus. Nunca os vi misturados a outros grupos nesses encontros na área central: sempre estão enturmados e atentos ao que está em volta, prontos para alguma reação, como a de se dispersarem com a chegada da polícia.

Em geral, a microcultura do *low* não é reconhecida plenamente na sociedade, são vistos como cidadãos de segunda classe e precisam criar estratégias furtivas para conseguir manter suas visibilidades e explorar suas performances motorizadas. Não têm apoio do poder público para seus eventos, e, mesmo quando há festas de automóveis estilizados, costumam ser malvistas e às vezes não são aceitos como participantes. Os jovens do *low* constantemente vivem esses constrangimentos, e talvez por isso, para construir uma visibilidade pública aceita, costumam organizar campanhas beneficentes até em cidades da região, durante as quais muitos seguem em comboio pelas rodovias e com alimentos ou roupas arrecadados. De um lado, querem lucrar com seus rôles prestígio e reconhecimento, e por outro lado buscam administrar uma imagem pública que tenciona superar os estigmas que lhes imputam.

## Considerações finais

Ainda é comum referir-se aos bairros pobres da periferia como lugares de pobreza em todos os sentidos, sempre os associando a formas de estigmatização territorial e a um lugar onde os jovens são agrupados numa massa de seres indiferenciados e submissos à situação de confinamento. Contudo, a contínua observação e a inserção na realidade cotidiana do bairro pesquisado neste trabalho mostram a diversidade de sinais diacríticos entre seus jovens e suas diferentes formas de diversão e construção de identidades culturais. O que se confirmou na pesquisa foi um colorido de microculturas, estilos e performances juvenis no bairro, fragmentando aquela aparente homogeneidade do discurso sobre a periferia. Outro aspecto foi demonstrar, a partir da microcultura do *low*, que suas redes e conexões transterritoriais constituem uma janela de abertura ao externo, que seus jovens participam da vida na cidade ao possibilitar a aterrissagem nela de conteúdos simbólicos e culturais irradiados de outros centros urbanos.

Os jovens do *low*, assim como ocorre com outras redes juvenis e microculturas oriundas das classes populares, são novos agentes sociais que entram no campo da luta territorial na cidade. Mesmo no campo da diversão precisam construir um capital espacial, pois a conjuntura econômica que favoreceu suas motorizações não significou que pudessem prescindir de criar diversas estratégias entre suas redes para conseguir efetivamente saltar as escalas na cidade, compor territorialidades e se fazer visíveis no espaço urbano.

Com efeito, seja produzindo territorialidade nos espaços luminosos de lazer ou nos locais opacos da cidade, insistem em criar condições para suas performances juvenis, criam uma microcultura em conexão transescalar com outros centros e, com suas mobilidades, fazem a periferia mostrar sua face nas áreas centrais das cidades.

Nesse sentido, o universo do *low* se constitui de diversas territorialidades reticulares que se espalham para além da periferia. Disso resulta que a microcultura do *low*, assim como outras redes juvenis, são em si uma fonte de experiências em que os jovens podem exercer suas vitalidades, performatividade e elaborar formas de visibilidades, além de se sentirem parte de um projeto e de um modo de vida compartilhado por outros jovens na cidade e no mundo.

## Referências

- BARTH, F (2000). *O Guru, o Iniciador e Outras Variações Antropológicas*. TOMKE, L (Org.). Trad. John Cunha Comerford. Rio de Janeiro: Contra capa Livraria, 243 p.
- BOURDIEU, P. (2007). *A distinção: crítica social do julgamento*. São Paulo: Edusp; Porto Alegre/RS: Zouk.
- \_\_\_\_\_. (2007). *A economia das trocas simbólicas*. Org. e seleção Sérgio Miceli. São Paulo: Perspectiva (col. Estudos).
- CASTRO, Iná Elias (2009). O problema da escala. In: CASTRO, I. E.; GOMES, P. C; CORRÊA, R. L. *Geografia: conceitos e temas*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, p. 117-140.
- CICOUREL, A (1980) . Teoria e método em pesquisa de campo. In.: ZALUAR, A (Org.). *Desvendando máscaras sociais*. Rio de Janeiro: Livraria Francisco Alves Editora, p. 87-121.
- CLAVAL, P. (2011). *Epistemologia da Geografia*. Trad. Margareth de Castro Pimenta e Joana Pimenta. Florianópolis: Editora da UFSC.
- CLIFFORD, J. (2000). Culturas viajantes. In: ARANTES, A. A. *O espaço da diferença*. São Paulo: Papirus, p. 51-79.
- DELEUZE, G.; GUATTARI, F. (1996). *Mil platôs: capitalismo e esquizofrenia*. Trad.: Aurélio Guerra Neto et al., vol. 3. Rio de Janeiro: Ed. 34.
- DELICATO, C. T. (2004). *Faces de Marília: a moradia em um condomínio horizontal*. 111 p. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) – Faculdade de Filosofia e Ciências, Marília.
- GEERTZ, Clifford (1989). *A interpretação das culturas*. Rio de Janeiro: LTC Editora.
- HAESBAERT, R. (2009). Dilema de conceitos: espaço-território e contenção territorial. In: SAQUET, M. A.; SPOSITO, E. S. *Territórios e territorialidades: teorias, processos e conflitos*. São Paulo: Expressão Popular, p. 95-120.
- \_\_\_\_\_; MONDARDO, M. (2010). Transterritorialidade e antropofagia: territorialidades de trânsito numa perspectiva brasileiro-latino-americana. *GEOgraphia*, Niterói, n. 24, p. 19-50.
- \_\_\_\_\_. (2012). *O mito da desterritorialização: do "fim dos territórios" à multiterritorialidade*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil.
- HOFFMANN, O. (2007). Identidad-espacio: relaciones ambiguas. In: ESTRADA, M.; LABAZÉE, P. *Globalización y localidad: espacios, actores, movilidades e identidades*. México: CIESAS-IRD, p. 431-450.
- JEOLÁS, L. S. (2013). *O canto dos motores: expressão e produção de sentidos entre rachadores de carros e motos*. In.: II Encontro Internacional sobre Imaginários Sonoros, Curitiba. Disponível em: <<http://www.humanas.ufpr.br/portal/imaginariossonoros/files/2014/02/Leila-Jeolas-Imaginários-2013.pdf>>. Acessado em: 12/11/2015.
- LEFEBVRE, H. (2001). *O direito à cidade*. São Paulo: Centauro.
- LÉVY, J. (1993). *Espace intime, espace légitime?* Paris, l'urbain, l'urbanité. *Politix*, Paris, v. 6, n. 21, p. 52-64.
- \_\_\_\_\_. (2001). Os novos espaços da mobilidade. *GEOgraphia*, Niterói, n. 6, p. 1-11.
- LUSSAULT, M.; STOCK, M. (2010). "Doing with space": towards a pragmatics of space. *Social Geography*, n. 5, p. 11-19.
- MAGNANI, J. G. C. (1992). Da periferia ao centro: pedaços e trajetos. *Revista de Antropologia*. São Paulo, v. 35, p. 191-203.
- MAGNANI, J.G.C (2000). Quando o campo é a cidade: fazendo Antropologia na metrópole. In: MAGNANI, J.G.C.;TORRES, L. (Org.). *Na Metrópole: textos de Antropologia Urbana*. São Paulo: Edusp, p.12-53.
- MARSTON, S. A. (2000). The social construction of scale. *Progress in Human Geography*, n. 2, p. 219–242.
- MASSEY, D. (1998). The spatial construction of youth cultures. In: SKELTON, T; VALENTINE, G (org.). *Cool Places: Geographies of Youth Cultures*. London: Routledge.
- \_\_\_\_\_. (2000). Um sentido global de lugar. In: ARANTES, Antônio (org.). *O espaço da diferença*. Campinas: Papirus, p. 177-186.

- \_\_\_\_\_. (2004). Filosofia e política da espacialidade: algumas considerações. *GEOgraphia*, Niterói – UFF, ano VI, n. 2, p. 7-23.
- \_\_\_\_\_. (2008). *Pelo espaço: uma nova política da espacialidade*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil. p. 312.
- NOUCHER, M (2014). *Du capital spatial au capital social des cartes participatives*. Pour un droit à le dé-contextualisation cartographique. EspacesTemps.net, Association Espaces Temps.net. Disponível em: <<http://www.espacestemp.net/articles/pour-un-droit-a-le-de-contextualisation-cartographique/>>.<halshs-00994957>>. Acessado em: 10/4/2017.
- SMITH, N. (1988). *Desenvolvimento desigual: natureza, capital e a produção de espaço*. Trad. Eduardo de Almeida Navarro. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil.
- \_\_\_\_\_. (2000). Contornos de uma política espacializada: veículos dos sem-teto e a produção de escala geográfica. In.: ARANTES, A. (org.). *O espaço da diferença*. Campinas: Papirus, 2000.
- SOUZA, M. L. (2013). *Os conceitos fundamentais da pesquisa socioespacial*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil.
- SWYNGEDOUW, E. (2004). Globalisation or "glocalisation"? Networks, territories and rescaling. *Cambridge Review of International Affairs*, v. 17, n. 1, p. 2548.
- THOMPSON, J. B. (2011). *A mídia e a modernidade: uma teoria da comunicação social*. Petrópolis: Vozes.
- TURRA NETO, N. (2012). Juventudes e territórios na cidade. In: PASSOS, M. M. dos; CUNHA, L.; JACINTO, R. (orgs.). *As novas geografias dos países de língua portuguesa: paisagens, territórios e políticas no Brasil e Portugal*. São Paulo: Outras Expressões, p. 425-433.
- \_\_\_\_\_. (2012). *Múltiplas trajetórias juvenis: territórios e rede de sociabilidade*. Jundiaí: Paco Editorial.
- \_\_\_\_\_. (2014). A noção de geração no estudo das transformações do espaço urbano: contribuições e práticas culturais na produção da cidade. In: OLIVEIRA et al. (org.). *Geografia Urbana: ciência e ação política*. Rio de Janeiro: Consequência, p. 317-342.
- WACQUANT, L.; SLATER, T.; PEREIRA, V. B. (2014). Territorial stigmatization in action. *Environment and Planning*, v. 46, n. 6, p. 1270-1280.