

Identidade, sociabilidade e cultura metropolitana *Identity, sociability and metropolitan culture*

Edemir de Carvalho*

Resumen

Aunque este ensayo toma como objeto de análisis algunos grupos y subjetividades urbanas contemporáneas de Sao Paulo, el autor hace extensibles sus conclusiones a las metrópolis de hoy.

La metrópoli produce interminables flujos comunicativos, modela y reproduce la fragmentación, yuxtapone dos escenarios contemporáneos: el psicológico y el comunicativo. Análisis de los nuevos espacios sociales, las formas de socialización, de las hibridaciones, mezclas y reciclajes de las colectividades, de sus signos y lenguajes.

Palabras clave: nuevas subjetividades, espacios sociales, comunicación, procesos identitarios

Abstract

Although this essay takes groups and contemporary urban subjectivities in São Paulo as its object of analysis, the author extends its findings to today's metropoli.

Metropolis produce an endless communication flow, and reproduce the fragmentation model, they juxtapose two contemporary scenarios: a psychological and a communicative one. This is an analysis of new social spaces, forms of socialization, hybridations, mixing and recycling of collectivities, their signs and languages.

Keywords: new subjectivities, social spaces, communication, identity processes

Identidade, sociabilidade e cultura são, nos dias atuais, conceitos densamente permeados de polêmicas e indefinições, principalmente quando adentramos na conhecida e rica diversidade cultural que se constitui a sociedade brasileira. Essa diversidade cultural exige, a qualquer pesquisador um esforço para não elaborar uma visão unificadora e redutora da cultura brasileira.

Neste ensaio o pressuposto, quase paradigmático no qual se apóia, é considerar de que a partir das metrópoles observamos algumas evidências de uma cultura metropolitana que não se restringe aos limites físicos da

* Prof. Dr. **Universidade Estadual Paulista —UNESP— Faculdade de Filosofia e Ciências – Marília/SP (Brasil)**
Departamento de Sociologia e Antropologia. edemir@marilia.unesp.br

metrópole, propriamente dita, mas permeia a sociedade como um todo. É essa permeabilidade que está carregada de informações no estabelecimento dos novos nexos identitários, sociais e culturais.

As metrópoles contemporâneas, nas suas variadas dimensões, quando buscamos narrá-las nos faz pensar no diálogo, da autoria de Ítalo Calvino, entre Marco Polo e Kublai Khan, quando o imperador tártaro indagava ao viajante veneziano sobre as cidades que ele conheceu:

Portanto, na realidade a sua é uma viagem através da memória! ... – Você retorna suas expedições com a estiva repleta de nostalgia! ... – Eis o que eu gostaria de saberá seu respeito; confesse o que contrabandeia: estados de ânimo, estados de graça, elegia.

Este ensaio é, na verdade um pouco desse “contrabando” de Marco Pólo, que desperta a curiosidade mais profunda em nós: “mas o imperador também quer saber qual cidade nos espera no futuro, Utopia ou Babilônia, a Cidade do Sol ou aquela do Admirável Mundo Novo...”. Talvez esta intimidade seja por demais angustiante para todos nós metropolitanos e cosmopolitas, visto que somos todos contemporâneos. Essa contemporaneidade não implica que somos todos partícipes da mesma cultura globalizada ou mundializada. O legado do cosmopolitismo metropolitano da modernidade situa-se em todas as metrópoles, sem no entanto, torná-las indiferenciada umas das outras, é nesse ponto em que as metrópoles nos fazem contemporâneos.

O escritor italiano Ítalo Calvino, no citado livro, coloca uma dúvida no pensamento de Kublai Khan, quando este imperador fala para Marco Polo:

[...] não sei quando você encontrou tempo de visitar todos os países que me descreve. A minha impressão é que você nunca saiu deste jardim ... eu não tenho certeza de estar aqui...¹.

É esta impressão que nos faz estranhamente familiar quando nos reportamos à metrópole contemporâ-

nea, especialmente quando referimos a questões tão importantes como identidade, sociabilidade e cultura metropolitana.

Ao pensar a metrópole contemporânea, três idéias orientam a observação:

- a) ter em conta que a cultura metropolitana rompe as temporalidades e os espaços fixos, onde as subjetividades se multiplicam;
- b) ter a metrópole como tendência de um “não lugar”², um lugar de trânsito e, c) para apreender o indivíduo, nas suas identidades, é necessário observá-lo como viajante metropolitano.

a) Experiência descontínua com tempo e espaço desconexos

São Paulo é a terceira metrópole (ou megalópole) do planeta, em tamanho populacional. São 16 (dezesesseis) milhões de habitantes, mas seu cosmopolitismo está no Piauí. O movimento Punk há mais de duas décadas estava presente em muitas grandes cidades como Londres, Berlim Nova York e, São Paulo.

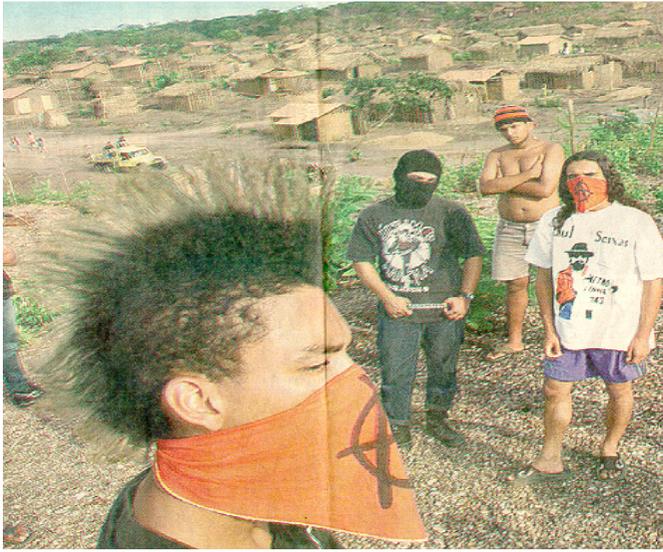
Ressurgiu em Teresina, capital do estado do Piauí, com características e formas identitárias próprias, combinadas com as mais características dos movimentos Punks, em todo o mundo – roupas de pretas de Punk à moda inglesa, porém, não são todos que se vestem assim, pois o calor é muito forte no Piauí.

“Filiados aos mesmos três acordes sujos e à cartilha anarquista de Mikhail Bakunin, desempregados e garotos de classe média baixa tocam punk-rock e

2. “Vê-se bem que por “não-lugar” designamos duas realidades complementares, porém, distintas: espaços construídos em relação a certos fins (transporte, trânsito, comércio, lazer) e a relação que os indivíduos mantêm com esses espaços. (...) em todo caso oficialmente (os indivíduos viajam, compram, repousam), não se confundem, mesmo assim, pois os não-lugares medeiam todo um conjunto de relações consigo e com os outros que só dizem respeito indiretamente a seus fins: assim como os lugares antropológicos criam um social orgânico, os não-lugares criam tensão solitária...”. Marca Augé. Não-lugares: introdução a uma antropologia da supermodernidade. Campinas, SP, Papirus, 1994. (Coleção Travessia do século)

1. Calvino, op. cit, p.95

Foto: Integrantes do grupo de anarcopunks de Teresina, capital do Piauí.



Reportagem:

“Punk do Piauí toca rock e invade terra”.

Foto: Jornal *Folha* de São Paulo de 21 de novembro de 1998.

estão na linha de frente de invasões dos sem-teto e sem-terra...” (Jornal *Folha* de São Paulo, 21/11/98, p.10). Este é um exemplo da cultura metropolitana que neste artigo se quer apontar. Teresina é uma cidade situada no estado mais pobre do Brasil, a presença dos anarcopunks, mobilizando cerca de 5000 (cinco mil famílias, em uma área de invasão, é algo inimaginável acontecer no Brasil até os anos 80, quando, na Europa os anarcopunks (ingleses e alemães) promoviam invasões parecidas.

Essa presença, em Teresina, aponta para algo muito mais complexo do que a explicação baseada na ausência de um partido de esquerda ou de um poder personalista. Esta presença está muito mais associada às possibilidades identitárias múltiplas, proporcionadas pela cultura metropolitana contemporânea. Ou seja, os anarcopunks de Teresina (PI), não necessitaram de nenhum traço na cultura tradicional ou em alguma manifestação cultural daquele lugar para se formarem e, a partir das condições locais proporem novos nexos às sociabilidades lá estabelecidas, bem como ao próprio grupo.

Um exemplo desses novos nexos, além da organização das invasões, o grupo produz textos para a população pobre, sobre alguns “cuidados” sobre: filtrar e ferver a água, votar nulo, lavar bem as verduras, aproveitar o feriado para sair de férias, exigir das autoridades que façam obras de saneamento básico (FSP, idem, p.10). Para completar esta desconexão entre o tempo e espaço, neste exemplo, o bairro ocupado chama-se “Vila Irmã Dulce”.

Na área metropolitana de São Paulo existem muitos grupos de Punks, entre eles os anarcopunks. Proliferam os grupos, não só de Punks, mas de todo tipo, desde aqueles mais conhecidos, como os das minorias, como também, os mais recentes, tanto religiosos, como os vinculados a atividades das mais variadas.

A idéia que aqui se pretende afirmar é a de que a metrópole produz incessantes fluxos comunicativos e, modela e reproduz a fragmentação, bem como a justaposição dos cenários contemporâneos: os psicológicos e os comunicativos. Portanto, quando se fala de São Paulo, fala-se de muitas cidades brasileiras simultaneamente.

O simultâneo implica na mesma utilização do tempo e dos espaços, seja na metrópole, seja nas cidades. Na metrópole São Paulo são visíveis a presença de novos espaços como os shopping centers, os fast foods, os drivers thru, os hipermercados, bem como os novos espaços culturais. Estes são espaços metropolitanos cujos nexos temporais neles contidos não conflitam e rompem diretamente com os antigos espaços.

O exemplo mais claro dessa desconexão entre tempo e espaço em São Paulo é o shopping center (até o ano 2000, foram construídos 50 shopping centers) e o arquétipo dos fast foods representado pela cadeia de lojas McDonalds. Não é a quantidade destes novos espaços que preocupa mas as novas formas de sociabilidade que eles comportam.

Para compreender a desconexão entre tempo e espaço que eles representam é interessante conhecer com qual espaço social eles concorrem. O Brasil, de

Os integrantes que formam um grupo são jovens de 20 a 25 anos.

Foto: Integrantes do grupo de anarcopunks de Teresina, capital do Piauí



Jornal *Folha* de São Paulo de 21 de novembro de 1998.

norte ao sul, possui ainda uma característica que lhe é comum: a cozinha é um lugar muito especial, talvez o mais importante de qualquer casa. Assim sendo, é na cozinha onde, obviamente, são preparadas as refeições e não só isso, pois, lá também ao longo da preparação das refeições, as mulheres adultas, jovens e crianças trocam informações de todo tipo e aprendem a prepararem os alimentos, conhecem e estabelecem alianças familiares, e freqüentemente os homens também participam. É toda uma cultura que na cozinha é experimentada e uma culinária que traz consigo todo uma série de costumes, ou seja, o tempo do preparo é culturalmente pedagógico e perfeitamente ajustado ao espaço ocupado pela cozinha. É uma sociabilidade conhecida ou familiar a todos.

Ao adentrar em um fast food como o McDonalds, constituímos uma nova sociabilidade, onde o tempo de se alimentar não corresponde ao espaço do aprendizado, das trocas e de um tempo de preparo alimentar. O próprio tempo para comer é extremamente rápido e não permite uma conversa mais longa, isto resulta numa desconexão entre tempo

e espaço, tal como conhecemos. Há uma descontinuidade em nossas experiências sociais. A fugacidade dos encontros e das trocas de experiências, estabelece de forma impositiva uma sociabilidade fragmentária e descontínua, além de por na mesma cena atores que nunca se imaginaram encontrar.

Para fugir um pouco desse conhecido arquétipo do faz food que é o McDonalds, as alamedas do consumo, denominadas de shopping centers, são espaços que também propiciam a constituição de novas sociabilidades, nas metrópoles contemporâneas:

Os “malls” são uma espécie de resumo pós-moderno do sonho de harmonia urbana. O que não é exatamente a cidade pública da Antiguidade ou menos ainda a vila operária do século XIX, mas a cidade dentro de uma cápsula de concreto, ferro e vidro contendo praças, teatros, passagens para pedestres, estacionamentos.³

3. FREITAS, Ricardo Ferreira. Nas alamedas do consumo: os *shopping centers* como solução contemporânea de lazer nas cidades globalizadas. In *Contato*, Brasília, ano 1, n.2, jan./mar. 1999. p.127-138.

Para além dos shopping centers representarem uma sociedade de proliferação, de orientação global na estética e na concepção dos espaços interiores, eles trazem em si uma idéia de extraterritorialidade e de extemporâneo, como fragmentos ou ilhas sedutoras invadem as metrópoles e as cidades brasileiras. O shopping, não só se configura como um lugar de trânsito e de consumo aliado ao lazer, mas também pode ser visto como uma poderosa síntese da cidade possível, pois, lá, recria-se a atmosfera do triunfo da modernidade, isto é, de todos os seus mitos. Só que esse triunfo é apenas uma fantasmagoria, ainda que bem sucedida na sua realização enquanto espaço metropolitano e cosmopolita. Por isso este espaço repete-se sempre da mesma forma.

O shopping é um artefato perfeitamente adequado à hipótese do nomadismo contemporâneo: qualquer pessoa que tenha usado um shopping uma vez pode usar qualquer outro, em outra cidade, da qual não conheça sequer a língua e os costumes (...) o shopping produz uma cultura extra territorial... (Sarlo, 1997:18).

Se os shopping centers, de um lado, apresentam-se de forma indiferenciada em qualquer metrópole no mundo, por outro, eles apontam para a idéia de não existe mais a possibilidade de representar uma metrópole com uma linguagem única. Esta afirmação pode ser paradoxal, mas não o é porque eles surgem como expressões da dissolvença das centralidades urbanas, concorrem com os antigos centros urbanos e estabelecem outras formas de sociabilidade.

A triunfadora união de lazer e consumo, em espaços de difícil definição, visto que podem ser públicos e, ao mesmo tempo, privados. A consequência é a dificuldade em definirmos os novos limites entre o público e o privado, cuja consequência é uma sociedade onde os conflitos já não comportam os conceitos mais tradicionais de cidadania.

Outro aspecto a ser considerado é o fato de que qualquer cidadezinha com mais de cem mil habitantes, ou até menos, possui um centro comercial ou uma galeria, cuja concepção arquitetônica e co-

mercial é a mesma do shopping center, das grandes cidades ou metrópoles. Isto implica ter em conta o mesmo efeito social e cultural nessas cidades.

MacDonalds ou shopping centers, não são a única linguagem, mesmo em uma metrópole como São Paulo ou nas grandes ou pequenas cidades do Brasil. A atenção concentra-se nas diferenças ou na pluralização da cultura, onde novos conflitos se explicitam e as subjetividades se multiplicam.

b) A linguagem polifônica da metrópole São Paulo

São Paulo é desprovida de um eixo espaço-temporal e a sua abundante profusão de signos constituem, em igual escala, incessantes diálogos polifônicos. São essas diversas vozes que dão expressão a pluralidade cultural coexistentes em São Paulo.

Além da profusão de signos, a metrópole caracteriza-se por ser mutante, ela se altera constantemente, um exemplo dessa alteração está na sua principal avenida, a Paulista, pois, em alguns lugares, na média de idade das suas edificações, ela possui menos de 30 anos.

Foto: Avenida Paulista – São Paulo



Fonte: <http://www.terra.com.br/cidades/>

Como qualquer outra grande metrópole, no mundo, São Paulo é descentrada, onde os confins internos tornam-se mais frágeis, imprevisíveis e as categorias de centro e periferia revelam-se superadas. Para além dessas constatações, igualmente fica mais difícil, praticamente impossível, representar em um só mapa todos os signos metropolitanos e, bem como, muito menos obter as orientações contidas nos antigos mapas.

A cidade moderna construiu os seus labirintos, sem deixar de ter o seu centro, todavia, a metrópole contemporânea, dissolve o seu centro fazendo com que o labirinto se estenda por toda a periferia, quando não, por todas as outras cidades. Seus confins internos e externos não estão mais presentes.

Esses labirintos estão por toda a metrópole, como sugere Beatriz Sarlo, em seu livro “Cenas da vida Pós-Moderna. Intelectuais, arte e vídeo cultura na Argentina”:

As culturas urbanas são uma mistura dinâmica, um espaço varrido pelos ventos dos meios de massa...

‘Hibridização’, ‘mestiçagem’, ‘reciclagem’, ‘mescla’, são as palavras usadas para descrever o fenômeno. Os setores populares já não vivem limitados ao espaço físico do bairro, da favela ou da fábrica. No telhado das casas, nas ladeiras enlameadas ocupada pelas favelas, ao longo das autopistas de acesso às cidades, nos conjuntos habitacionais arruinados, as antenas de televisão traçam linhas imaginárias de uma nova cartografia cultural. (p.101).

A cultura metropolitana de São Paulo, propõe uma espacialidade que difere em muito àquela do século XIX, cuja racionalidade impunha uma fixidez espacial, hoje, a sua espacialidade é móvel, extraterritorial e carregada de novos signos.

Esta condição de São Paulo exige de seus habitantes um esforço para constituir referências, a partir desse universo de signos e da ausência de uma centralidade ordenadora das orientações. É esse mapa mental que de certa maneira auxilia os viajantes metropolitanos a reconstituírem a *cidade possível*

dentro da metrópole e identificar-se nos diálogos das múltiplas subjetividades propostas.

Em São Paulo, como em outras cidades brasileiras, em um dia passamos por um prédio e, no outro, o mesmo prédio ter desaparecido ou se transformado em outra, nessa condição são os antigos cinemas transformados em igrejas evangélicas, ou ainda, estas transformadas em “Bingos”.⁴

Estes signos constroem um universo labiríntico cuja identificação passa pelas torres edificadas para servirem os escritórios das grandes empresas de alta tecnologia, comerciais e de serviços, também são os “outdoors” eletrônicos que parasitam em paredes e painéis distribuídos em locais de intenso trânsito. São os meios de comunicação que levam para o interior das residências o mundo exterior, os signos, inspirando novos comportamentos e subjetividades.

Se as novas tecnologias informacionais invadem os espaços metropolitanos, a comunicação, no sentido mais geral, passa a ser peça importante na orientação dos viajantes e de como eles enfrentam as novas formas de sociabilidade, principalmente de como se realizam as suas maneiras de experimentar o pertencimento a uma metrópole, um bairro e uma identidade. (Barbero, 1994: 36)

É essa experimentação do pertencimento que cria incessantemente os chamados “não lugares”, ou seja, as equipes de futebol profissional têm formado diversos grupos de torcedores, o quais possuem as mais diversas origens, sejam elas socioeconômicas, sejam raciais, ou mesmo, de regiões metropolitanas e bairros diferentes. Essas afiliações nem sempre são permanentes. Outro exemplo, nas grandes construções públicas ou privadas que são concebidas, em seu arquitetônico, para terem uso múltiplo.

São Paulo apresenta-se de forma mutante e polifônica, fazendo do espaço metropolitano, um espaço de trânsito e polissêmico nas oportunidades e na

4. Casas de jogos de azar.

busca das identidades possíveis de serem vivenciadas.

c) Os viajantes metropolitanos e as identidades múltiplas

A idéia da cultura metropolitana como cultura viajante é adequada tanto pelas viagens reais que os habitantes metropolitanos têm de empreender todos os dias, como pelo trânsito que estes mesmos habitantes realizam pelas múltiplas identidades forjadas na metrópole.

O estado de São Paulo e, particularmente a metrópole de São Paulo, sempre teve um significativo contingente populacional de afrodescendentes. Este fato não facilita uma identidade fixa e única para os afrodescendentes, mesmo considerando que os negros são os mais vitimados pelas desigualdades sociais, tão acentuadas no Brasil.

Os aspectos culturais como a música, a religião e as outras referências materiais e simbólicas da cultura, não são suficientes para determinar uma identidade para os negros paulistanos ou brasileiros. Na música proliferam os adeptos do “rapp”, “funk”, samba e “rock”, com os seus signos perfeitamente adaptados ao ambiente brasileiro. Ainda, os afrodescendentes buscam as mais variadas religiões multiplicando as suas identidades religiosas.

A identidade urbana aponta para uma heterogeneidade de referentes de identificação o que ratifica o exemplo acima exposto, bem como, sugerem a fragilidade dos laços de pertencimento que produzidos pela metrópole. A análise das identidades metropolitanas remetem às

[...] a las nuevas formas de socialidad, esto es a los diversos modos de comunicar y de habitar que la ciudad hace hoy posibles e imposibles...⁵

Os habitantes da metrópole São Paulo viajam por percursos e itinerários viários e edificados, como também pelos itinerários simbólicos. Assim a cidade real e imaginária sempre está presente nas rotas metropolitanas.

As múltiplas identidades só podem ser pensadas pela existência de uma metrópole mutante e pela profusão de signos que povoam o imaginário e a realidade metropolitana.

Na metrópole de São Paulo, os indivíduos são compulsoriamente transformados em viajantes, visto que as freqüentes viagens empreendidas fazem parte da vida na metrópole. Para transitar por qualquer identidade metropolitana é necessário viajar, tanto pelos signos, quanto pelas ruas e avenidas. Se a viagem física não é exigida, os meios de comunicação, principalmente a televisão, abarrotam o imaginário com cenas e imagens sem referência espacial ou temporal, tal como conhecemos.

Toda a riqueza cultural produzida no Brasil e, particularmente em São Paulo, passa por um processo de redefinição, cujo sincretismo passa a norteá-la. A metrópole adquiriu uma importância extraordinária, visto que sua caracterização será em grande parte resolvida se levarmos em conta sua caracterização *socioespacial* complementada pela *sociocomunicacional* (Canclini, 1998:10).

Dentre as diversas e importantes questões que a cultura metropolitana coloca, destaca-se a mais impertinente às metrópoles dos países com profundas desigualdades sociais, como o Brasil: se as múltiplas identidades requerem que pensemos as novas formas de sociabilidade, mediadas ou não pela comunicação, quem será o protagonista ou serão os protagonistas frente aos complexos problemas urbanos de uma metrópole como São Paulo?

5 Barbero, op cit., p.39.

Bibliografía

- AUGÉ, M. (1994). *Não-lugares: introdução a uma antologia da supermodernidade*. Campinas-SP, Papirus, (Coleção Travessia do século).
- BENJAMIN, W. (1997). *Angelus Novus. Saggi e frammenti*. A cura di R. Solmi, Torino: Einaudi.
- BARBERO, J. M. (1994). *Mediaciones urbanas y nuevos escenarios de comunicación*. In Sociedad. Industria Cultural, mitos signos y creencias. Octubre de 1994. Buenos Aires. Facultad de Ciencias Sociales (UBA), p. 35-47.
- CALVINO, I. (1991). *As cidades invisíveis*. São Paulo, Companhia das Letras.
- CANCLINI, N. García, CASTELLANOS, A. & MANTECON, A.R. (1996). *La ciudad de los viajeros. Travesías e imaginarios urbanos: México, 1940-2000*. México D.F.: Editorial Grijalbo.
- CANCLINI, N. García. (1989). *Culturas Híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México D.F.: Grijalbo.
- CANCLINI, N. García. *Culturas urbanas de fin de siglo: la mirada antropológica*. <http://www.unesco.org/issj/rics153/canclininisp.html>
- CANEVACCI, M. (1993). *A cidade polifônica. Ensaio sobre a Antropologia da comunicação urbana*. São Paulo: Nobel.
- CANEVACCI, M. (1996). *Sincretismos. Uma exploração das hibridações culturais*. Trad. de Roberta Barni. São Paulo: Instituto Italiano di Cultura/Instituto Cultural Italo-Brasileiro/Studio Nobel.
- CANEVACCI, M. (1995). Uma vertigem de signos. *Cidade, Revista do Patrimônio Histórico/Secretaria Municipal de Cultura. São Paulo: ano 2, nº3*. 8-11.
- CANEVACCI, M. *una entrevista concedida al jornal O Estado de São Paulo, em 2 de abril de 1995*.
- CARVALHO, E. (1998). *A sociabilidade fragmentada na metrópole contemporânea*. Tese de doutorado, defendida na Faculdade de Ciências e Letras, UNESP - Campus de Araraquara.
- CLIFFORD, J. (1995). *Las Culturas del viaje. Revista de Occidente, Mexico D.F: Jul-Ag*, 45-74.
- FREITAS, R.F. (1989). *Nas alamedas do consumo*. In *Contato. Brasília, ano 1, n2, jan/mar*, 127-138.
- PETER, P.P. (2000). *A vertigem por um fio. Políticas da subjetividade contemporânea*. São Paulo, FAPESP/Illuminuras.
- RICOEUR, P. (1986). *Il tempo raccontato*. In *aut aut, nº 216, novembre-dicembre, Milano*, 23-40.
- SARLO, B. (1997). *Cenas da vida pós-moderna. Intelectuais, arte e vídeo-cultura na Argentina*. Rio de Janeiro, Editora da UFRJ.
- SIMMEL, G. (1976). *Il conflitto della cultura moderna*. A cura di Carlo Mongardini, Bulzoni, Roma. *Jornal Folha de São Paulo*. Edição de 21/11/1998