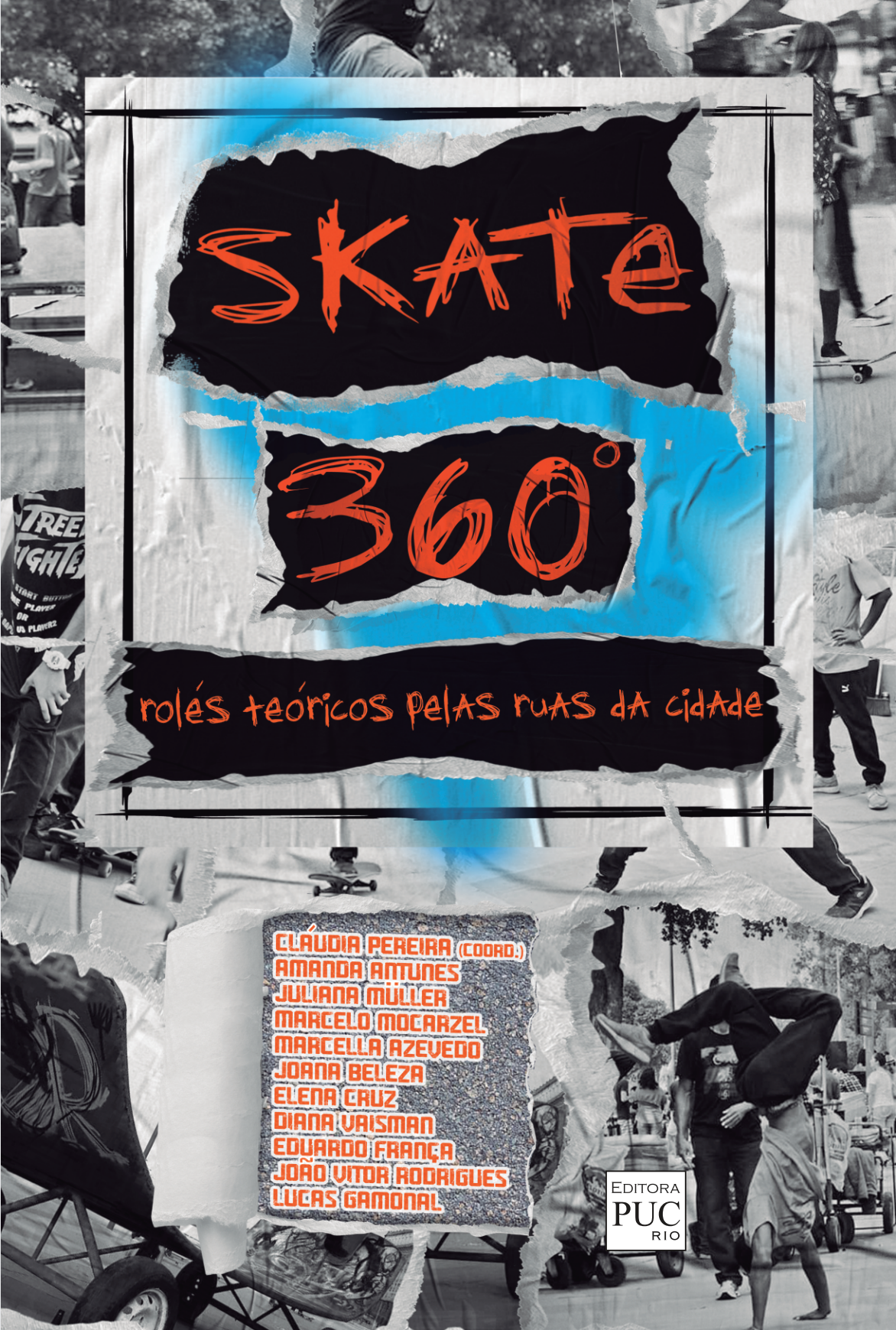

SKATE 360°

rolés teóricos pelas ruas da cidade

CLÁUDIA PEREIRA (COORD.)
AMANDA ANTUNES
JULIANA MÜLLER
MARCELO MOCARZEL
MARCELLA AZEVEDO
JOANA BELEZA
ELENA CRUZ
DIANA VAISMAN
EDUARDO FRANÇA
JOÃO VITOR RODRIGUES
LUCAS GAMONAL

EDITORA PUC RIO

Reitor
Prof. Pe. Josafá Carlos de Siqueira SJ

Vice-Reitor
Prof. Pe. Anderson Antonio Pedroso SJ

Vice-Reitor para Assuntos Acadêmicos
Prof. José Ricardo Bergmann

Vice-Reitor para Assuntos Administrativos
Prof. Ricardo Tanscheit

Vice-Reitor para Assuntos Comunitários
Prof. Augusto Luiz Duarte Lopes Sampaio

Vice-Reitor para Assuntos de Desenvolvimento
Prof. Sergio Bruni

Decanos
Prof. Júlio Cesar Valladão Diniz (CTCH)
Prof. Luiz Roberto A. Cunha (CCS)
Prof. Sidnei Paciornik (CTC)
Prof. Hilton Augusto Koch (CCBS)

Skate 360º
rolés teóricos pelas ruas da cidade

Claúdia Pereira (Coord.)
Amanda Antunes
Juliana Müller
Marcelo Mocarzel
Marcella Azevedo
Joana Beleza
Elena Cruz
Diana Vaisman
Eduardo França
João Vitor Rodrigues
Lucas Gamonal

EDITORA PUC RIO

© Editora PUC-Rio
Rua Marquês de São Vicente, 225, Casa da Editora PUC-Rio
Gávea – Rio de Janeiro – RJ – CEP 22451-900
Telefone: (21)3527-1760/1838
edpucrio@puc-rio.br
www.editora.puc-rio.br

Conselho Gestor da Editora PUC-Rio
Augusto Sampaio, Danilo Marcondes, Felipe Gomberg, Hilton Augusto Koch, José Ricardo Bergmann, Júlio Cesar Valladão Diniz, Sidnei Paciornik, Luiz Roberto Cunha e Sergio Bruni.

Projeto de capa
Thierry Coutinho

Arte-finalização de capa
SBNigri Artes e Textos Ltda.

Editoração de miolo
SBNigri Artes e Textos Ltda.

Revisão
Cristina da Costa Pereira

Todos os direitos reservados. Nenhuma parte desta obra pode ser reproduzida ou transmitida por qualquer forma e/ou quaisquer meios (eletrônico ou mecânico, incluindo fotocópia e gravação) ou arquivada em qualquer sistema ou banco de dados sem permissão escrita da editora.

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

Skate 360º [recurso eletrônico]: rolés teóricos pelas ruas da cidade / Cláudia Pereira (coord.); Amanda Almeida Antunes ... [et al.]. – Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio, 2020.

1 recurso eletrônico (160 p.); 23 cm.

Descrição baseada na consulta ao recurso eletrônico em 25 de ago. de 2020.
Inclui bibliografia.
Exigências do sistema: conexão com a Internet, World Wide Web browser e Adobe Acrobat Reader.

ISBN: 978-65-991801-5-6 (e-book)

1. Skate (esporte) – Aspectos sociais. 2. Cidades e vilas – Aspectos sociais. I. Pereira, Cláudia. II. Antunes, Amanda Almeida.

CDD: 796.22

Elaborado por Marcelo Cristovão da Cunha – CRB-7/6080
Divisão de Bibliotecas e Documentação – PUC-Rio

Agradecimentos

Esta é uma obra realizada a dezenas de mãos, um desafio encarado com muito entusiasmo e que, graças a ele, resulta um livro que nos enche de orgulho. Portanto, o primeiro agradecimento é ao *JuX – Juventudes cariocas, suas culturas e representações midiáticas*, mais do que um Grupo de Pesquisa, um trabalho coletivo que nos guia, inspira e integra todos e todas, com projetos e afetos.

Agradecemos ao Canal Off, que abraçou a iniciativa, não só acreditando nesse trabalho, mas também nos apoiando financeiramente em ações solidárias realizadas pelo Projeto Rodas, do JuX, e pelo Instituto Ademafia, liderado por Ademar Luquinhas, junto à comunidade de Santo Amaro, do Rio de Janeiro. Esta obra ajudou a edificar, também, boas ações junto a crianças do Projeto Skate S.A.

À Capes – Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior, que vem sustentando nossos projetos com o apoio financeiro para as bolsas dos pesquisadores de Mestrado e Doutorado, coautores deste livro.

À Faperj – Fundação Carlos Chagas Filho de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro, pelo apoio por meio da Bolsa Jovem Cientista do Nosso Estado, concedida à autora Cláudia Pereira.

Ao apoio fundamental do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da PUC-Rio, ao qual nos filiamos e onde encontramos todas as condições para a realização de nossas pesquisas.

Ao Departamento de Comunicação da PUC-Rio, pelo suporte administrativo e acadêmico, sempre imprescindível para o nosso trabalho.

Por fim, agradecemos aos nossos informantes, skatistas, que nos presentearam com sua disponibilidade e interesse, comprometimento e responsabilidade, tornando fácil e prazeroso o nosso trabalho.

Sumário

9 **Prefácio**
Marcelo Burgos

13 **Introdução**
Cláudia Pereira

21 **CAPÍTULO 1 – Um skate, um fone, uma cidade no *flow***
Marcella Azevedo e *Cláudia Pereira*

43 **CAPÍTULO 2 – As mina no rolê: a presença das meninas na cena do skate carioca**
Amanda Antunes

77 **CAPÍTULO 3 – Da molecada ao tiozão: skate e trocas geracionais**
Marcelo Mocarzel e *Juliana Müller*

89 **CAPÍTULO 4 – *Skateboarding is not a crime*: o direito à cidade e o "pânico moral"**
Lucas Gamonal, *Diana Vaisman* e *Cláudia Pereira*

109 **CAPÍTULO 5 – "Nossa, véio! Que máquina, brother": o skate como *ideia* na publicidade**
Joana Beleza, *João Vitor Rodrigues* e *Elena Cruz*

133 **CAPÍTULO 6 – Partiu dar um rolé?: modos de falar na subcultura do skate**
Eduardo França e *Cláudia Pereira*

143 **CAPÍTULO 7 – A força transformadora do skate: entrevista com Ademar Luquinhas**
Cláudia Pereira

155 **Conclusões inconclusivas**

157 **Sobre os autores**

Prefácio

Marcelo Burgos
Ciências Sociais/PUC-Rio

O que um pesquisador, cuja relação com a sociologia urbana deve muito aos estudos sobre favela, tem a dizer a respeito de um livro sobre skate? Esta foi a minha primeira reação diante do generoso convite que me foi feito pelos organizadores deste *Skate 360º*. De todo modo, eu o aceitei prontamente, movido pela esperança de que seus autores sabiam o que estavam fazendo, mas também pela enorme curiosidade diante desse personagem tão familiar em nossas cidades e sobre os quais sabia tão pouco, para além de minha perplexidade com a coragem com que executam suas manobras, muitas vezes em ruas de tráfego intenso.

Ao falar do skate e de seus praticantes, o livro desliza sem qualquer esforço para reflexões sobre juventude, contracultura, conflitos de gênero e de gerações, e de como tudo isso é atravessado por diferentes formas de luta por direito à cidade. Fruto de uma rica pesquisa empírica com os skatistas, que reúne entrevistas e observação de campo, e produzido como obra coletiva, o livro costura de modo elegante diferentes dimensões da cultura do skate, explorando de modo conciso e consistente a articulação entre as percepções subjetivas dos próprios skatistas (em geral jovens, de ambos os sexos, e de diferentes classes sociais), os lugares duros que eles frequentam e reinventam (de asfalto ou concreto armado), e as representações coletivas sobre eles (frequentemente estereótipos negativos). Conforma, assim, um enquadramento que garante amplitude e profundidade analítica.

Como personagem umbilicalmente urbano, que confere significados completamente novos aos espaços das cidades, o skatista é também um tipo peculiar de intelectual, espécie de urbanista e de cronista, cuja experiência, tão bem estudada neste livro, nos revela um ponto de vista singular sobre o mosaico de que se compõe a vida das metrópoles. Por sua natureza essencialmente nômade e fragmentada, tendencialmente avesso a formas de institucionalização, o universo do skate cria e recria a todo tempo novos circuitos e lugares, tornando-se, por isso mesmo, de difícil domesticação pela lógica do capital, que como sabemos tenta capturar tudo o que é vivo e que se move, vampirizando sua energia, até subjugá-lo em uma "propaganda de refrigerantes".

Por se prestar tão bem à busca pela autenticidade, cara a tempos de desinstitucionalização da vida social, a cultura do skate afigura-se, afinal, como uma forma de militância e de resistência; de uma militância que se inscreve e se confunde com o espaço urbano, e que se realiza por meio de uma forma codificada de resistência, a da transfiguração dos lugares e mobiliários: corrimãos viram trilhos, escadas, trampolins, ruas, circuitos, e assim por diante. Daí a relutância inata entre seus praticantes em face do assédio da publicidade, como aponta um dos capítulos do livro.

O mundo do skate tende a gerar comunidades, e o estudo sobre os skatistas é particularmente interessante sob esse aspecto. Sim, para muitos de seus praticantes, o skate produz identidade e proteção, e faz isso ao conferir nova vocação a áreas subutilizadas ou esvaziadas, muitas vezes localizadas em centros decadentes ou nas periferias das metrópoles. Ao preferir os shoppings centers e os condomínios à vida de rua, e o transporte privado por aplicativo ao transporte público, os citadinos perdem, aos poucos, competências básicas para a vida coletiva, para o convívio com o "outro generalizado", e por isso é tão preciosa toda experiência juvenil de reapropriação, individual ou coletiva, do espaço público urbano. Para nós, viventes de metrópoles atravessadas por múltiplas formas de segregação e cerceamento, que nos afastam da utopia democrática de cidade, essas formas de subversão do uso do espaço urbano, se bem compreendidas, vivificam o velho adágio medieval, de que o ar da cidade liberta. E o skate, possivelmente mais do que outras formas de apropriação juvenil da cidade, talvez seja aquela que melhor se aproxima de seu significado mais puro, pois seu lugar é o das praças e das ruas. Sua presença é um manifesto humanista *in actu*, de defesa da escala do corpo humano em face de máquinas, cada vez mais velozes e furiosas.

É nesse sentido que o estudo do mundo do skate se comunica com a questão das favelas e dos territórios populares em geral. Uma conexão, formulada logo nas primeiras páginas do livro, e que se apresenta como uma fricção sugestiva, na medida em que articula campos de conhecimento normalmente trabalhados em rubricas distintas da pesquisa urbana. Mas a inspiração provocadora se revela promissora quando vai ficando evidente que a cultura do skate, no que tem de desafiadora, marginalizada e estigmatizada, e também no que tem de mediadora dos diversos grupos que habitam a cidade, se encontra com o movimento típico das favelas brasileiras, de resistência em face ao estigma e à violência policial chancelada pelo estado, de relutância diante da submissão à mercantilização de seus territórios, e do esforço permanente para construir

pontes capazes de mantê-las integradas à cidade. Ao menos para aqueles que fazem dele uma fonte de identidade e de atitude, o mundo do skate dramatiza aquilo que é caro ao homem urbano marginalizado e precarizado, a luta palmo a palmo por pertencer à cidade, um processo que não tem como ocorrer sem que isso necessariamente transforme a própria cidade. Essas digressões falam da fertilidade desse *Skate 360º*, cuja leitura permite muitas outras aproximações com temas fundamentais à pesquisa urbana.

O mais importante, contudo, é que, ao escrutinar o universo do skate, o livro produz o principal impacto que se pode esperar de uma obra que flerta com a antropologia e a etnografia, que é a de transformar nossa percepção a respeito desse "microcosmo". De fato, após atravessar as diferentes veredas exploradas pelo livro, é simplesmente impossível ao leitor não passar a ver de um modo completamente diferente essa legião de adeptos do skate que habita quase secretamente nossas cidades. Experimente você mesmo!

Introdução

Cláudia Pereira

Um 360º: técnica, coragem, ação e sensibilidades. Saltar no ar, captar um momento e voltar a tocar o chão. Aprender, registrar, demonstrar, dividir a experiência. Estar, ser e andar pela cidade. Ver e viver a cidade. Sustentar-se e se equilibrar para não cair, para não errar. Errar, tentar de novo, rever o movimento e acertar – ou tentar acertar. Arriscar-se numa nova ideia, enfrentar pequenos e grandes obstáculos, criar novas possibilidades e avançar.

Este livro olha atentamente para o skate e para o skatista. Tenta entender como os dois, a prática e o praticante, se relacionam com a cidade do Rio de Janeiro – ou com qualquer cidade. É um texto (escrito) que busca analisar um texto (praticado). A paisagem urbana é rabiscada, desenhada, apagada, reescrita a cada "remada", a cada manobra do skatista. Nosso objetivo é compreender o skate como uma prática bastante representativa do que é viver numa cidade "grande" – aumentada, na verdade, porque a escada vira um lugar, o corrimão vira um lugar, o meio-fio vira um lugar. Lugar como espaço praticado, invertendo as palavras, mas não as ideias, de Michel de Certeau (1998)[1]

O 360º é uma manobra que se elabora com o corpo e com um (outro) instrumento, que é o skate. Mas é também o que nós, pesquisadores e pesquisadoras, nos propomos a fazer neste livro: construir uma visão privilegiada sobre o skatista, mas do ponto de vista da comunicação e das ciências sociais. Assim como ele, temos uma técnica, síntese de teoria e método científico, o que exige coragem, ação e sensibilidades. Por ser distante de nosso cotidiano (ninguém aqui é skatista), é um salto arriscado que nos leva a um outro ambiente, mas que, pelo rigor da pesquisa, deve ser só por um momento, pois logo devemos retornar para o nosso lugar, de pesquisadores. Durante dois anos, aprendemos, registramos, demonstramos e dividimos nossa experiência, que resulta nestas páginas. Estivemos na cidade por lugares onde nunca pisamos – em pistas de skate, praças, reuniões, campeonatos, festas. Andamos bastante, fomos skatistas – sem o skate – por algum tempo.

Vivemos o Rio de Janeiro de um modo diferente, estranhamos suas esquinas, enxergamos novos percursos. Tentamos nos equilibrar sobre teorias,

métodos e técnicas, erramos algumas vezes, acertamos a rota, tentamos avançar nas ideias.

Como autoras e autores, mas também como cidadãs e cidadãos, acreditamos que a cidade é para ser vivida, ocupada, preenchida, transgredida, celebrada. Para nós, o skate é um modo de vida que ocupa os espaços e os lugares da cidade com movimento, arte e vida.

Marcelo Burgos (2005), ao tratar da favela como "cidade informal", em contraste e embate com a "cidade formal", inspira-nos no sentido de reconhecer, na cultura do skate, a experimentação de uma informalidade que, nas palavras do autor, pode também ser compreendida como a expressão de "uma configuração ecológica particular, definida segundo um padrão específico de relacionamento com a cidade" (Burgos, 2005, p. 190). Da forma como escolhemos tomar a prática do skate, como objeto de análise antropológica, permitimo-nos arriscar uma analogia com a sua ideia de favela, na medida em que compreendemos que os percursos dos skatistas desenham um "território", ainda que puramente imaginado, mas que também, nos termos de Burgos (2005, p. 190), seria a "ideia de um microcosmo (...) que se diferencia da cidade, que é o domínio dos direitos universais, fonte da igualdade e da liberdade; em uma palavra, da cidadania". A cultura do skate, usando de modo bastante livre as discussões do autor sobre as favelas, é, de um certo modo, uma forma de organização informal urbana que constrói seus espaços e lugares próprios, diferenciando-se da cidade institucionalmente aceita e dela apartada – um "território" nômade.

A noção de "território", aqui, ajuda-nos a refletir sobre configurações urbanas contemporâneas, juvenis, nômades, des-localizadas e fragmentadas que se expressam num modo de ver a cidade distinto daquele de outras gerações, para quem trata-se, antes, de um lugar de memória e pertencimento (Martín-Barbero, 2017). Propomos, então, que a cidade é composta, também, por múltiplas cidades informais e territórios imaginados, onde a cidadania popular está atravessada pelas contradições inscritas no espaço urbano, que produzem uma subjetividade encapsulada no interior dos muros dos territórios, forjando um indivíduo com poucas referências do direito citadino; um indivíduo que é fruto de uma sociabilidade ambígua, pois o território é, de um lado, fonte de toda sorte de violência, que prospera na exata medida em que faltam os direitos, e, de outro, uma dimensão que o envolve e protege das forças desumanas do mercado; ao mesmo tempo que o priva da cidade, o território oferece-lhe alguma forma de acesso à comunidade (Burgos, 2003, p. 88-89). Daí se explica

o sempre renovado sentimento de lealdade que boa parte de seus moradores nutre pelas instituições locais (Burgos, 2005, p. 190).

Em nossos *rolés teóricos* pela cidade do Rio, encontramos habitantes dessa *cidade do skate*, um espaço urbano imaginado, paralelo e descentrado, atravessado por moradores da favela e do asfalto que, juntos, desenham um "território" nômade dentro do qual desafiam as leis e constroem modos de viver possíveis diante das opressões diárias do cotidiano.

A pesquisa que fundamenta este livro foi realizada entre os anos de 2016 e 2019, como parte das atividades do Grupo de Pesquisa *JuX – Juventudes Cariocas, suas culturas e representações midiáticas*, do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da PUC-Rio. O objetivo principal foi o de construir uma espécie de "mapa cultural" da cidade do Rio de Janeiro, na perspectiva dos skatistas, e contemplá-lo com as expressões sociais e culturais do senso comum. Trata-se, em termos práticos, de observar uma das diversas identidades locais dos jovens, na forma de uma "subcultura", para, em seguida, buscar relações com a forma como é representada na mídia, mais especialmente na publicidade. Ou seja, tentamos responder à seguinte pergunta: o que faz um skatista ser um skatista "de verdade" e como a publicidade o transforma numa *ideia*?

O primeiro grande desafio do trabalho do grupo foi compreender o que é ser skatista. Essa primeira fase foi fundamental para todo o resto. Buscamos textos que trouxessem a temática do skate para mais perto de nós. O livro de Leonardo Brandão (2014) nos serviu como base para compreender um pouco sobre a história da prática do skate no Brasil. Lemos, ainda, outras obras que, como fios, foram se tecendo e oferecendo sentidos para que pudéssemos olhar para o nosso objeto de interesse, o skate, de um modo mais inspirado. E com distanciamento.

Ao mesmo tempo, era preciso que nos aproximássemos desse universo, absolutamente novo para todos do grupo. Como já afirmou Gilberto Velho (1978), nem tudo o que é próximo, nos é familiar e nem tudo o que é distante, nos é exótico. Skatistas estão por toda a parte, principalmente no Rio de Janeiro. Na universidade em que realizamos nossa pesquisa, há inúmeros skatistas – embora não necessariamente frequentem os Pilotis da PUC-Rio deslizando em pranchas e rodas. Mas eles estão lá, entrando e saindo das salas de aula. Mesmo assim, desconhecíamos o seu mundo. Precisaríamos de um informante. E foi por esse motivo que convidamos um ex-aluno da universidade, Raphael Medeiros – que não é skatista, mas sim patinador, e empresário, e videomaker, e produtor, típico jovem que faz de tudo um pouco – para nos

guiar por esse Rio que ainda não conhecíamos, apontando os caminhos iniciais, indicando informantes e decifrando alguns códigos subculturais.

No dia 8 de novembro de 2016, a prefeitura da cidade do Rio de Janeiro, por meio da Fundação Parques e Jardins, baixou uma portaria que legitimou o que, há tempos, já era um fato: "Art. 1º – Fica autorizado a prática do Skate na Praça Marechal Âncora e na Praça XV de Novembro, desde que não se cause qualquer dano ao equipamento público, que sejam observadas as posturas municipais e a convivência com os demais grupos usuários das referidas praças, em consonância com o artigo 8º do Decreto Municipal nº 17746, de 22 de julho de 1999"[2]. Quatro meses antes, no dia 26 de junho, fizemos nossa primeira exploração no campo, na Praça XV, junto com Raphael, na festa I Love XV, do Coletivo XV, que vinha lutando, há cerca de quatro anos, pela conquista do espaço. Depois dali, fizemos outras "invasões" a outros seis lugares da cidade, indicados pelos próprios skatistas: Lagoa Rodrigo de Freitas, Aterro do Flamengo, Museu de Arte Moderna, Madureira, Praça Duó e Circo Voador – e, novamente, à Praça XV, numa quarta-feira à noite, quando se encontravam, à época da pesquisa, semanalmente.

A observação direta, portanto, nos ajudou a compreender um pouco mais sobre os modos, as modas e as práticas do skate. E nos permitiu realizar entrevistas com os praticantes – no total, foram 12 realizadas, em uma primeira fase, em 2017, outras 6 entrevistas numa segunda fase, em 2018, quando buscamos compreender um aspecto específico da subcultura: sua relação com a música, e uma última, já em 2019, que deu origem ao último capítulo desta obra. Também foram levados em consideração, nesse ponto, os 296 questionários respondidos por skatistas pelas redes sociais online, para que pudéssemos saber um pouco mais sobre o que acontece quando colocam seus fones de ouvido e sobem no skate, percorrendo as pistas e as ruas cariocas.

A epígrafe que abre nosso livro foi uma resposta a uma dúvida sobre a forma mais usada pelos skatistas quando se referem aos seus passeios pela cidade: *rolé* ou *rolê*? Não há um consenso, há os que falam de um jeito, há os que falam do outro – as "mina", por exemplo, falam "rolê". O *rolé* acentua também uma carioquidade que nos interessa, e por isso está sendo mais usado ao longo das próximas páginas. Mas, como procuramos demonstrar, entre os praticantes do skate *street*, não há barreiras. As barreiras, inclusive as culturais, quando há, são para serem transformadas e superadas pelas manobras da sociabilidade. Por isso, no final, "a galera se entende de boa".

Longe de querer esgotar o tema por meio de uma etnografia – o que não realizamos, e nem pretendemos realizar –, o que buscamos foi *olhar de perto* os skatistas cariocas, promover uma proximidade com quem nos parecia tão distante. Trazendo novamente Velho (1978) para o debate, como todos temos pelo menos um primo, irmão ou aluno skatista, havia uma *proximidade*, mas pouca *familiaridade* com o nosso objeto de estudo; por outro lado, na busca pela familiaridade nas pistas, construímos, também, um *distanciamento* bastante rico, no sentido de estranhar o que nos parecia ser conhecido, desconstruindo verdades, revelando-nos, por exemplo, que há, entre os skatistas, muitos pais de família, advogados e engenheiros que, nos seus quase 40 anos, estão à frente de coletivos, dividindo um democrático espaço com crianças e adolescentes que apenas começam a dar seus primeiros rolés.

Mas, por que o skate?

Em primeiro lugar, por considerarmos que a prática do skate se sustenta na ideia que temos de "subcultura", que para Ross Haenfler (2014, p. 16) é: "Uma rede social relativamente difusa tendo uma identidade compartilhada, significados distintos em torno de certas ideias, práticas e objetos, e um sentimento de marginalização ou resistência a uma sociedade convencional percebida"[3].

Mais ainda, porque nos parece que se trata de uma rica subcultura que, até a contragosto, vem se tornando *mainstream* – e isso é tudo o que uma subcultura não quer se transformar (Haenfler, 2014). Tanto, que virou esporte olímpico em 2017. E isso nos conduz para o segundo motivo: é interessante observar de que modo a publicidade, sustentáculo de tudo o que é *mainstream*, representa uma subcultura. Entendemos que se trata de um fenômeno de comunicação a ser observado e analisado.

Tal qual os skatistas, criamos atalhos, suprimimos caminhos, criamos outros trajetos e escolhemos alguns obstáculos para saltar: a cultura do skate é maior do que apresentamos neste livro e, portanto, escolhemos somente alguns temas que deslizam bem, "no *flow*".

No primeiro capítulo, as autoras Cláudia Pereira e Marcella Azevedo discutem as relações que se estabelecem entre o skatista e a cidade. Para tanto, um questionário foi disponibilizado nas redes sociais online Facebook e Instagram entre novembro de 2017 e março de 2018, ao qual responderam 296 skatistas. Além disso, foram selecionados sete dos pesquisados que responderam ao questionário para o aprofundamento de algumas questões que se destacaram, por meio de entrevistas em semiprofundidade. Os resultados do trabalho de campo

levam à conclusão de que a música é um "objeto objetificado", que contribui, de um lado, para estabelecer uma comunicação (1) entre o mundo interno e o mundo externo do skatista, e (2) entre esse sujeito e a cidade que é por ele projetada como um conjunto de obstáculos, tal qual um "playground". Por outro lado, conclui-se que a música colabora para a construção de aspectos identitários que se vinculam a um dado estilo de vida.

Por onde andam as skatistas cariocas? Quais espaços estão ocupando? De que forma negociam presença e pertencimento nos diferentes espaços dominados pela hegemonia masculina, tal como a subcultura do skate? Estes são alguns questionamentos, suscitados a partir da observação pelas ruas do Rio de Janeiro, que intrigam Amanda Antunes e conduzem a trajetória investigativa do capítulo 2. O texto aborda, tal como seu título sugere, a participação das mulheres no universo do skate, tanto efetiva, com presença física, como de afirmação e legitimação neste campo de disputa. Com uma perspectiva histórica, a autora observa os movimentos e processos nos quais as mulheres estão envolvidas, discute algumas perspectivas de mudança nesse cenário, contemporaneamente, e traz como recorte de investigação e sujeitos da pesquisa as participantes do coletivo chamado Britney's Crew, com foco nas suas práticas discursivas, que se fazem evidentes na atuação em alguns eventos e situações nas ruas, mas também, e principalmente, em outros espaços como as redes sociais digitais, com produções discursivas de naturezas distintas.

No capítulo 3, por sua vez, Marcelo Mocarzel e Juliana Müller trazem uma discussão seminal para a subcultura do skate: as trocas geracionais e a relação entre juventude e envelhecimento. Buscou-se entender o skate como uma construção social, que se estende para além de uma divisão entre faixas etárias específicas, mas também como ponto de convergência entre indivíduos que representam variadas gerações. As relações construídas entre os praticantes atravessam questões geracionais, envolvem formas de solidariedade e até conflitos com *outsiders*, na medida em que as práticas se dão em espaços públicos.

Para além de um estilo de vida – ou de um esporte – a prática do skate foi, ou ainda é, para muitas pessoas, coisa de "vândalos". Examinando o "pânico moral" que acompanha as subculturas juvenis de um modo geral, e o skate em especial, o capítulo 4 traz as análises de Lucas Gamonal, Diana Vaisman e Cláudia Pereira sobre de que modo a mídia colabora para uma rotulação negativa dos skatistas, que, frequentemente, são retratados como "vagabundos" e "depredadores". Além disso, o texto evidencia as práticas do skate no contexto

urbano, o qual possibilita que os movimentos realizados, em meio aos diversos conflitos, também sejam ocupação, política e resistência.

Enquanto a mídia jornalística associa o skate a práticas comportamentais arredias, conforme sugere o capítulo 4, a publicidade, por seu lado, aparece para blindá-lo, colorindo estereótipos sob os véus da diversão. O capítulo 5 busca, a partir das teorias das *representações sociais*, fundamentado por nomes como Émilie Durkheim, Serge Moscovici e Stuart Hall, oferecer um ponto e um contraponto. Os autores Joana Beleza, João Vitor Rodrigues e Elena Cruz, neste texto, esforçam-se em levantar a imagem do skatista pelas lentes da mídia publicitária e em revelar seu autorretrato particular, pelas cores do asfalto, comparando tudo aquilo que foi observado em campo com o modo como a publicidade representa o universo do skate, suas práticas, valores e visualidades, a fim de talvez alcançar uma identificação mais estreita com o jovem e seus anseios estéticos e morais.

Os modos de falar dos skatistas, não à toa, são como um código. Para compreender melhor o papel das gírias e outras expressões que fazem uma subcultura ser uma subcultura, no capítulo 6 os autores Eduardo França e Cláudia Pereira "dão um rolê" por entre essas palavras.

No último capítulo, apresentamos uma entrevista realizada por Cláudia Pereira com Ademar Luquinhas, líder do coletivo Ademáfia, e idealizador do "Baile do Ademar".

Este é um livro sobre skate, porém entendemos, também, que realizamos um trabalho sobre a noção de *cidade*, com seus fluxos, movimentos, sensorialidades, espaços e lugares, um produto do imaginário urbano praticado coletivamente pelos skatistas, mas também vivido em suas subjetividades. Do mesmo modo, percebemos que essa cidade, imaginada e vivida, é concreta. É material. A subcultura do skate estabelece uma relação única com as materialidades: o obstáculo, a pista, o corrimão, a escada, a rampa, o próprio skate, enfim, roçam, machucam, batem, quebram, arranham o corpo do skatista e as ruas da cidade. Propomos pensar, também, essa dimensão da prática do skate, a qual atravessa todas as outras, distribuídas por todos os capítulos.

Deixamos de lado, e aqui vem um *mea culpa*, a relação do skate com a arte. Já não se pode mais separar os dois, que se misturam com o movimento hip hop. Muitos dos skatistas são artistas que deixam sua marca nas paredes, nas pistas e nas praças das cidades ao redor do mundo. Na verdade, não "deixamos de lado", apenas usamos atalhos que nos foram conduzidos pelos informantes e, no trajeto, não esbarramos em nenhum artista-skatista. Foi

uma entre muitas escolhas metodológicas possíveis e, como tal, ficam lacunas a serem preenchidas. A arte na cultura do skate é um tema tão grande e tão importante, que esperamos poder explorá-lo num próximo livro.

Como pesquisadores, temos muito em comum com aqueles que observamos, os skatistas – em alguns momentos, até trocamos de lugar: nós *dropando* e eles, teorizando.

Referências

BRANDÃO, Leonardo. *Para além do esporte*: uma história do skate no Brasil. Blumenau: Edifurb, 2014.

BURGOS, Marcelo Baumann. Cidades, território e cidadania. *DADOS – Revista de Ciências Sociais*, Rio de Janeiro, vol. 48, nº 1, 2005, pp. 189 a 222.

HAENFLER, Ross. *Subcultures:* the basics. New York: Routledge, 2014.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Jóvenes*: Entre el palimpsesto y el hipertexto. Barcelona: NED, 2017.

VELHO, Gilberto. Observando o familiar. In: NUNES, Edson de Oliveira (Org.). *A aventura sociológica:* objetividade, paixão, improviso e método na pesquisa social. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1978, p. 36-46.

Notas

1. Michel de Certeau (1998) afirma que "o lugar é um espaço praticado", sendo o lugar uma ordem, uma fixação demarcada, e o espaço, o lugar em sua dinâmica e com agentes que coexistem e elaboram relações e conflitos. Para os autores deste livro, as categorias de pensamento se invertem na definição, mas o sentido oferecido por Certeau permanece o mesmo: espaço é a delimitação geográfica e lugar é o espaço vivido, ocupado, dinamizado, com seus fluxos e conflitos, ocupado por pessoas e quaisquer agentes que, de algum modo, interajam entre si.
2. Disponível em https://www.skataholic.com.br/2016/11/rio-de-janeiro-oficializa-skate-na-praca-xv/. Acessado em 14 de abril de 2019.
3. Tradução livre do original: "*A relatively diffuse social network having a shared identity, distinctive meanings around certain ideas, practices, and objects, and a sense of marginalization from or resistance to a perceived 'conventional' society*".

Capítulo 1

Um skate, um fone, uma cidade no *flow*

Marcella Azevedo e *Cláudia Pereira*

Introdução

A cidade[1], para além de seu caráter espacial, é lugar de enorme debate em diferentes campos de conhecimento. Muitos são os sociólogos, antropólogos, geógrafos, historiadores, teóricos, enfim, que percorrem suas possíveis expressões numa complexa paisagem conceitual. Porém, nenhuma das definições de cidade dispensa o indivíduo e suas interações com o meio. Para Georg Simmel (1987), é o sujeito *blasé* que não percebe mais a diferença, estabelecendo com a cidade uma relação distante e impessoal; Walter Benjamin (1994), por sua vez, compreende a banalização da cidade como cenário ideal para o *flâneur*, que perambula erraticamente em meio à multidão, observando apaixonadamente seus movimentos; por sua vez, Milton Santos (1994) problematiza a diferença entre "urbano" e "cidade", que está, respectivamente, na abstração do primeiro e na concretude da segunda. Também da geografia, não se pode desprezar a concepção de espaço e lugar, bastante explorada sociologicamente pelos estudos culturais, para quem o espaço é o geográfico e o lugar, o fluxo, os conflitos e as dinâmicas desse espaço ocupado, ou praticado; em todas as discussões, há alguém que caminha e que estabelece as espacialidades, se não por sua simples existência e alteridade, certamente pela condição relacional, intrínseca ao sujeito social.

Ao se observar o urbano e a cidade, surge uma imensa tipologia de habitantes – ou, para ampliar a reflexão usando a teoria ator-rede de Bruno Latour (2009), uma diversidade de "actantes" – que colabora para a sua dimensão antropológica. Um desses tipos, o qual escolhemos analisar neste texto, é o skatista. Nem tanto por seu pertencimento a uma cultura juvenil e de lazer (Pais, 1993), típica das cidades contemporâneas, ou pelos traços subculturais (Haenfler, 2014) que deixam rastros pelos caminhos que percorre, mas principalmente por seu papel de mediador entre o urbano (o abstrato) e a cidade (o concreto). Arriscando uma analogia, poderíamos afirmar que o urbano é o espírito e a cidade, o corpo: um não vive sem o outro. O skatista,

ao ser aqui analisado como um elemento de mediação entre o urbano e a cidade, o faz por meio do movimento e do deslocamento, evidenciando possibilidades outras, as quais foram, num primeiro instante, imprevisíveis para o arquiteto. O urbano é a cidade em movimento e o skatista é um dos seus maiores colaboradores. Não à toa, um de seus pertencimentos é à denominada "cultura urbana".

Na física, o movimento é resultado da variação da posição de um objeto dentro de um intervalo de tempo, em relação a um ponto inicial. Por sua vez, a palavra ritmo vem do grego *rythmos*, que significa "movimento regular", ou, ainda, uma sucessão de tempos fortes e fracos que se alternam com intervalos periódicos (Houaiss, 2009). O movimento do *skateboarding* é quase imprevisível: há continuidades, descontinuidades, acidentes, quedas. Há, também, ritmos, os quais são marcados pela presença da música na prática do skatista.

O objetivo é lançar luz sobre a relação entre música e *skateboarding*[2], particularmente sobre como certos gêneros de música se relacionam com as práticas diárias urbanas dos skatistas. A premissa é que o skate é um "estilo de vida" que primeiro modifica a ordem urbana e a subverte depois, criando caminhos alternativos, obstáculos e atalhos, impondo seu próprio ritmo ao movimento urbano, um ritmo ora imerso na subjetividade de quem o pratica, ora sincronizado com o caos, por meio da música. Assim, a música é, nesse contexto, considerada uma forma de comunicação entre o sujeito urbano e a cidade.

O que aqui se apresenta é parte dos resultados de uma investigação realizada em duas fases, entre os anos de 2016 e 2018, como parte das atividades do Grupo de Pesquisa JuX – Juventudes Cariocas, suas culturas e representações midiáticas, do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da PUC-Rio. Na primeira fase, fomos às ruas do Rio de Janeiro, a fim de realizar observação direta nas pistas e praças de skate, entrevistando alguns praticantes. O *corpus* que sustenta a presente discussão consiste na segunda fase da pesquisa, com a aplicação de 296 questionários respondidos por skatistas pelas redes sociais online e na realização de sete entrevistas em semiprofundidade, entre os meses de novembro de 2017 e março de 2018.

Os entrevistados são Ivo, 18 anos, de Belém (PA); Rodrigo, 41 anos, de São Paulo (SP); Paulo, 21 anos, de Bauru (SP); José, 18 anos, do Rio de Janeiro (RJ); Nuno, 21 anos, Nova Iguaçu (RJ); Bruno, 19 anos, de Belo Horizonte (MG); Renato, 19 anos, de Manaus (AM)[3].

A cidade como playground

Michel de Certeau, por meio de diversas analogias entre a linguagem (e a narrativa) e a cidade (e seus percursos), nos provoca, também, a estabelecer algumas relações entre, de um lado, o skatista e o "caminhante" e, de outro, suas manobras e as "enunciações pedestres" (Certeau, 1994, p. 177).

Se o "discurso da cidade" é um discurso de poder, como propõe o autor, o skatista, tal qual o caminhante, faz uma nova leitura deste discurso e, muitas vezes, transgride a sua ordem. Aliás, podemos dizer que o skatista é um tipo de caminhante mais errático, dado a essa transgressão, já que desloca significados da vida urbana, transformando, por exemplo, ladeiras em rampas, corrimãos em pistas deslizantes, escadas em obstáculos. Mais do que reconhecer na vida urbana possibilidades outras de traçado e trajetória, o skatista os modifica radicalmente.

> A gente que é skatista, qualquer canto da cidade que pra uma pessoa normal assim tá andando na rua, essas coisas, a pessoa vê como só o lugar que ela tá passeando, dando uma volta, mas pra gente que anda de skate, qualquer coisinha a gente vê "ah, ali dá pra fazer uma manobra da hora; ah, ali dá pra tirar uma foto bacana, dá pra mandar tal manobra, dá pra entrar"(...) E mesmo que seja ruim o lugar pra andar, assim, a gente sempre inventa alguma coisa, traz coisa de fora pra colocar. Qualquer canto da cidade, até se tiver um lugar que esteja terra, só que se tiver um corrimão, uma coisa legal assim, a gente vê a cidade de uma outra forma, como que a cidade inteira é skatável (Paulo, 21 anos, de Bauru, SP)

Certeau também nos instiga a pensar todo relato como um "relato de viagem"; ou seja, ao transmitirmos uma descrição na forma de relato sobre a cidade (ou sobre lugares nessa cidade), estaremos sempre falando mais de movimento, "trajetórias" e "percursos" (espaços) do que de estabilidade e "mapas" (lugares)[4]. O que se *faz* nesses relatos é sempre mais importante do que aquilo que se *vê*. Por isso, dizemos "*Ao entrar* na minha rua, você *vai encontrar* uma igreja na esquina".

O relato que o skatista elabora em seu trajeto como caminhante sempre será o do *fazer*, mais do que o do *ver*, posto que o seu "estar no mundo", na vida urbana, só se dá em movimento – ele é, por excelência, um relato de espaço, nos termos de Certeau (1994).

> Normalmente, quando a gente anda de skate, principalmente quando tá ouvindo música, na cidade, a gente se sente meio que parte dela, sabe? A gente sabe alguns lugares onde dá pra andar de skate de boa, sabe ruas que são melhores do que outras, aí a gente vai fazendo o caminho, vai se moldando conforme a cidade (Renato, 19 anos, de Manaus, AM)

Os lugares (ruas, ladeiras, obstáculos) são, sim, fundamentais para o seu percurso, mas existem em função da mobilidade e da espacialização transgressora da e na cidade – são, como afirma o autor, "mediadores". Porém, há uma outra forma de narrar sua trajetória que não se dá apenas pelo "relato espacial", mas também por uma narrativa que dá ritmo a todas as "figuras de estilo" (Certeau, 1994) presentes nas "operações do espaço" transgredido: a música. Diante dos lugares da cidade e dos percursos espaciais que lhe dão significado como caminhante, o skatista realiza subjetivamente o seu trajeto "topológico" (segundo Certeau, "deformando as figuras") e "delinquente" ("desmanchando e deslocando códigos") através do *flow*.

Flow significa, em português, fluir ou fluxo; é gíria usada, principalmente, pelos cantores e cantoras de rap, designando a forma como encaixam seus versos na batida da música, mas também o jeito de cantá-los (mais rápido ou mais lento). No skate, a palavra se assemelha: *flow* pode ter dois sentidos, o primeiro se refere à habilidade – tem *flow* o skatista que faz parecer fácil uma manobra complicada; e o segundo está relacionado a um fluxo de acontecimentos, a um contexto, a um ambiente, a um estilo de vida, a uma cotidianidade, enfim, que conduz nossas ações e decisões – um cantor está no *flow* do rap e um professor, no *flow* da vida acadêmica.

A música, para o skatista, é uma espécie de narrativa que proporciona não somente concentração e ritmo à sua performance, mas também uma espacialidade outra, talvez a da subjetividade, através da qual a cidade é *in-corporada*, ou seja, culturalmente absorvida pelo corpo.

> Tem dia que eu acordo e quero dar um rolé tranquilo, aí eu boto um rap, boto um reggae pra dar um rolé assim só pra curtir o dia. Agora, quando eu acordo mais no gás, eu vi um vídeo de skate, meus amigos estão voltando manobra nova, aí eu boto um hardcore, um rockzão, um metal, que já é um estilo que deixa a gente bem assim elétrico, que aí a gente dá a manobra no gás e a música ajuda porque a gente erra a manobra, volta no gás e continua, entendeu? Porque música lenta a gente não tem essa parada de errar e voltar. Agora se botar um rockzão e tal, que é pesado, aí sim. Aí eu escuto mais rap e rock, desde criança. A maioria dos skatistas também escuta muito rap e rock (Nuno, 21 anos, de Nova Iguaçu, RJ).

Assim, o skatista, agora imerso na música, e modificado por ela, porém totalmente articulado com os trajetos e traços da cidade, é sujeito reflexivo, ou resultado de uma "reflexividade subjetiva" (Pais, 2016, p. 230), "delinquente", corpo inscrito no texto da ordem (Certeau, 1994, p. 217), conduzido não apenas pelas figuras de linguagem – metáforas, sinédoques ou assíndetos da paisagem

da cidade, que nos fazem "brincar" com o desenho arquitetonicamente planejado – mas também pela batida, pelo ritmo e pela letra (narrativa) da música que toca em seu fone de ouvido. A música, noutras palavras, cria, para o skatista, uma "terceira" cidade: não a planejada, não a transgredida, mas sim a subjetivada – uma cidade endógena.

> Eu acho que a gente vê a cidade de uma forma diferente sim. As outras pessoas olham para a cidade, elas não olham nada, assim, elas só veem objetos, pra gente é como se fosse um playground (Rodrigo, 41 anos, de São Paulo, SP).
>
> É como um parque de diversões, né? (Paulo, 21 anos, Bauru, SP).

Numa camada, o que se inscreve no texto da ordem da cidade é o seu corpo; a música, porém, se inscreve nesse corpo urbano, numa outra camada. A narrativa da música inscrita no corpo caminhante do skatista traz subjetividade, de um lado, mas estabelece vínculos identitários coletivos, de outro. A experiência explica: quem é do "*flow* do rap" faz manobras específicas, associadas ao rap – mais lentas e precisas, às vezes com o corpo agachado no skate; quem é do "*flow* do rock" realiza manobras próprias, mais velozes e aéreas; e quem é do "*flow* do punk" se arrisca muito propriamente em movimentos mais "sujos" e radicais[5]. Os corpos inscritos no texto da ordem da cidade também se inscrevem numa outra ordem, a do *flow*: *flow* rap, *flow* punk, *flow* rock, *flow* hippie... *Skateboard*, corpo, música e cidade são tecidos na teia de significados e de experiência vivida.

> Cada música influencia sim e muito na minha maneira de andar de skate, na maneira de mandar a manobra, na maneira de ver uma situação que tá ocorrendo na minha vida mesmo, não só andando de skate. Se eu tivesse numa situação num ônibus, por exemplo, num carro, viajando, qualquer situação a música sempre influencia muito em tudo na minha vida, costumo dizer que é como se eu estivesse vivendo num filme e as músicas fossem minhas trilhas sonoras, como se eu tivesse filmando a minha vida, só que na minha mente. Então, dependendo do ritmo da música, sempre vai influenciar muito na manobra. Se eu tiver usando uma música agitada, por exemplo, eu vou mandar a manobra bem mais elétrico. Se tiver usando uma música mais calma, eu vou mandar uma manobra mais concentrada, mais tranquila, com a execução mais leve (Ivo, 18 anos, de Belém, PA).

Na prática do skate, mas não exclusivamente nela, a música é uma espécie de relato de espaço que se inscreve num corpo, ele também, inscrito no fluxo, no *flow*, da vida urbana.

A cultura do skate como cultura do "outro"

No momento em que escrevemos este texto, são 8,5 milhões de pessoas interagindo com as cidades brasileiras sobre prancha e rodas, número que é mais que o dobro do registrado há oito anos[6]. Embalados pela paixão por movimento, a estima pelas manobras e o desafio que lhes despertam os obstáculos acabam por constituir um mercado que mundialmente gira em torno de 3 bilhões de dólares, com uma fatia de 300 milhões de dólares no Brasil. Empresas ligadas a esportes tratam a modalidade como a segunda mais praticada por homens no país, atrás apenas do futebol[7]. Trata-se do skate, mais do que um esporte radical, um estilo de vida e uma pujante subcultura juvenil e urbana.

Não é possível afirmar ao certo como se deu o surgimento do skate, mas sua origem é atribuída aos surfistas que, em um período de poucas ondas no litoral da Califórnia, nos Estados Unidos, tentaram reproduzir no asfalto as manobras que faziam no mar e começaram a montar, para tal, uma prancha de madeira acoplando-a a eixos e rodas. O fato, de acordo com a Confederação Brasileira de Skate, se deu no final dos anos 1950, e justificaria a grande influência do surf sobre o skate em seus primeiros anos. Para o historiador Leonardo Brandão (2014), tal influência se deu não só em relação à prancha, mas também aos movimentos corporais e aos valores simbólicos que regiam a nova prática e se manteve ao longo de toda a década de 1960, quando houve um significativo crescimento do seu número de praticantes. Foi em 1963, na Califórnia, que se realizou o primeiro campeonato de skate de que se tem notícia e, no ano seguinte, houve o lançamento da *The Quarterly Skateboarder*, primeira revista do mundo especializada no tema.

Foi nesse período de pujança no território norte-americano que o skate foi trazido ao Brasil, mas apenas na década seguinte, nos anos 1970, teve sua primeira expansão mais significativa. Em 1972, a invenção da roda de uretano possibilitou uma revolução no cenário norte-americano de skate, substituindo as até então rodas de ferro, muito escorregadias, o que acabava por causar um grande número de acidentes. A modalidade esportiva foi se consolidando cada vez mais popular, com um número crescente de praticantes. Começaram a ser construídos *skateparks* e o esporte foi ganhando modalidades específicas como *slalom*, *downhill*, *freestyle* e vertical. No entanto, no final da década de 1970, os diversos acidentes sofridos pelos praticantes nos *skateparks* e os altos valores pagos de seguros e indenizações abalaram o mercado de skate, levando ao fechamento de empresas que atendiam ao setor e à perda de patrocínio pela maioria dos atletas profissionais da modalidade.

Foi a partir desta crise que o skate começou a ganhar uma identidade própria, com manobras específicas, e se ligou a movimentos juvenis que se fortaleciam na época, como new wave e punk, entre outros. Contribuíram também para a expansão do skate no país o fato de ele requerer muito pouco para que possa ser praticado, se apropriando, por exemplo, de ruas e praças; com o autodidatismo da prática, com muita disposição, treino e observação é possível aprender algumas manobras; e uma afinidade com o risco iminente (neste caso, de quedas e lesões corporais), que é uma característica própria da juventude, segundo Le Breton (2012). A afeição ao risco reforçava a visão da sociedade com relação aos skatistas, como rebeldes que contestavam os padrões da época.

Entre o final da década de 1970 e o início dos anos 1980, o aparecimento das pistas de skate, a grande maioria construída de madeira pelos próprios skatistas, mostrava que a prática se inseria na cultura do "faça você mesmo" (do inglês, "*do it yourself*"). No período, registrou-se ainda o surgimento das primeiras lojas especializadas na venda de materiais esportivos para a prática, além da promoção dos primeiros campeonatos. Segundo Brandão, esse cenário possibilitou o surgimento das primeiras revistas especializadas, como *Esqueite*, em 1977, e *Brasil Skate*, em 1978 (Brandão, 2014).

As mudanças que vieram a partir daí foram bastante significativas. Toda essa movimentação impactou diretamente para uma ressignificação do skate, visível por meio das novas representações dos skatistas nessas revistas:

> Ora, profissionalismo significava (e é claro, ainda significa) remuneração financeira, possibilidade de inscrição pretensamente "duradoura" no mercado de trabalho e, talvez o mais importante, uma forma de abdicar a vivência de uma adolescência improdutiva (e por isso constantemente ameaçadora) em favor de uma juventude adulta, autoinvestível e geradora de lucros e dividendos (Brandão, 2014, p. 125)

No início dos anos 1990, a indústria do skate foi fortemente abalada por uma crise financeira no Brasil, decorrente do Plano Collor, porém o skate conseguiu não só sobreviver, mas se consolidar ao longo da década.

Como reflexo do crescimento da prática do skate no país, encontramos com muita facilidade suas representações na mídia e, mais especificamente, na publicidade brasileira. Os skatistas se tornaram campeões, ganharam patrocínios e viraram garotos-propaganda de marcas que, agora, buscavam associar suas imagens a eles. O skate está consolidado e popularizado como nunca

antes no país. Está nas grandes mídias, virou *mainstream*[8]. Várias marcas, como Coca-Cola, Bauducco, Itaú, Olx, Guaraná Antarctica e Samsung, apenas para citar alguns exemplos de campanhas nacionais, já tomaram de empréstimo valores relacionados à subcultura do skate para construir uma imagem positiva junto a jovens de todas as idades[9]. Isso indica que o senso comum já admite o *skateboarding* como algo "familiar" (Moscovici, 2011) e, portanto, como uma representação social que circula e que se renova nas conversas diárias, nas novelas[10] e publicidades dos canais de TV aberta, nos fóruns das mídias sociais digitais e em ambientes midiáticos mais especializados, como o dos esportes. A prática do skate pelos jovens, antes vista como desviante, passou a ser reconhecida e legitimada, e alguns dos valores associados ao skate, como símbolo de liberdade e de um espírito jovem, passaram a ser extremamente valorizados. Ou seja, o praticante de skate vem se tornando um habitante cada vez menos *outsider* (Becker, 2008) das cidades brasileiras.

Esbarrar, literalmente inclusive, com um skatista na rua já não causa tanta estranheza e isso faz dele um "outro" que reconhecemos com mais facilidade. Já sabemos mais um pouco sobre quem é, o que faz, por que faz e como faz. Ele sai da invisibilidade social e passa a ser um sujeito – o jovem universitário, a vizinha radical, os adolescentes do condomínio, o tio mais descolado e jovial. Já é "normal", portanto, dividir as praças, as avenidas e as calçadas com alguém que anda sobre rodinhas, o que torna tal sujeito um cidadão, o qual, portanto, tem direitos e deveres, assim como legitimidade junto a determinadas instituições do poder público[11]. Há traços subculturais (Haenfler, 2014) que ainda persistem na prática do skate, porém ela se torna, a cada dia, algo menos desviante (Becker, 2008) – ainda assim, paralelamente a essa nova fase de pujança do skate nacional, e com a esportivização cada vez mais frequente da prática, o *street skate* – praticado nas ruas das cidades, utilizando o mobiliário urbano público como obstáculos – também se consolidou no país. Esse estilo específico mantém seu caráter marginal e contestador até os dias de hoje e, por esse motivo, é ele que escolhemos para observar a relação entre skate e música.

Skate e punk

Surgido entre o final da década de 1970 e o início dos anos 1980 nos Estados Unidos, o *street skate*, ou o *street*, como é mais comumente chamado, reúne hoje no Brasil 95% dos praticantes de skate[12]. O *street* consiste em explorar a própria cidade e o mobiliário urbano como obstáculos para a prática das mais variadas manobras. Praças, bancos, rampas, corrimãos, escadas e até buracos são reapropriados pelos

skatistas de maneira muito particular. Alçada à modalidade olímpica a partir dos Jogos de Tóquio em 2020, a categoria tem passado por um processo intenso de esportivização, com regras, critérios, pontuação, espaço delimitado, manobras cadastradas e atletas profissionais, o que não impede que seja ainda, na maior parte das vezes, praticada de maneira livre pela imensa maioria dos skatistas.

A liberdade do *street* remete às suas origens, em especial à sua ligação com a cultura punk. Foi no início dos anos 1970 que o movimento punk ganhou força nos Estados Unidos – se consolidando em seguida na Inglaterra –, propondo a subversão da cultura *mainstream*, com a liberdade de expressão, a rebeldia e a contestação dos padrões existentes. A música punk levantou a bandeira, estendendo seus valores para uma atitude política, para além da musical: "o punk veio para não salvar nada (e nem a si mesmo)" (Caiafa, 1985, p. 9). Janice Caiafa aponta que o punk era um novo momento no cenário do já estabelecido rock, negando a este uma continuidade ou filiação. Não havia qualquer preocupação com a harmonia, interessavam muito mais a intensidade e a agressividade da percussão e dos vocais.

Leonardo Brandão (2008) afirma que esse cenário maior de propagação dos valores do punk deu o tom da prática do skate de rua nos anos 1980:

> Possivelmente, o entrelace entre ambas as culturas deu forças e coragem para que os skatistas deixassem de se aventurar somente por locais como ruas, ladeiras ou praças e passassem, numa apropriação que carrega um bom tom de transgressão, a utilizar outros aparelhos urbanos, tais como corrimãos, escadas e bancos. O que se procura colocar, portanto, é que existe uma semelhança entre a atitude do skatista de deambular por locais não projetados para sua prática com a atitude do movimento punk em negar qualquer tipo de imposição social. (Brandão, 2008, p. 14, 15)

Ao analisar inúmeras edições da revista *Yeah!*, voltada para o público praticante de skate, Brandão (2008) observou que eram constantes as matérias sobre punk, o que incluía a divulgação das principais bandas internacionais e entrevistas com músicos brasileiros que representavam o estilo. O punk e sua atitude agressiva e contestadora compunham, portanto, a atmosfera em que o skate, em especial o de rua, se desenvolvia. O ritmo acelerado das músicas e o tom caótico das batidas envolviam os skatistas, incitando a livre movimentação corporal: "O fato é, entretanto, que o punk se colocou como mais um elemento identitário da cultura do skate, sendo absorvido por diversos praticantes dessa modalidade durante os anos de 1980" (Brandão, 2008, p. 16).

Janice Caiafa (1985) aponta ainda que, já no início, na Califórnia, muitas bandas eram formadas por skatistas: "Lá o skate é também via de acesso ao som e point para o Movimento" (Caiafa, 1985, p. 77). Há que se destacar que a ligação entre essas duas culturas – punk e skate – de tão intensa, deu origem a um subgênero musical, conhecido como "skate punk" e que persiste com inúmeras bandas internacionais de sucesso, como Suicidal Tendencies, SNFU e Lagwagon e as brasileiras Garotos Podres e Grinders, entre outras. "Skate punk" é o termo que melhor descreve a interconexão entre as subculturas do skate e do punk hardcore (Butz, 2012, p. 14). As bandas do estilo punk rock costumam ter skatistas entre seus integrantes, fazem referências diretas ao skate em suas letras ou têm a prática como inspiração em muitas delas. Tantas vezes também são essas músicas que fazem a trilha sonora da prática do skate. O termo também pode se referir a uma estética, que permeia o vestuário dos praticantes de skate, e que pôde ser observada por Caiafa no início dos anos 1980:

> Em agosto de 82 no clube Vale do Ipê no "Skate Show" – exibição de estilo e pista –, muitos skatistas já estão visuais: couro, braceletes. bótons, pinos. Até que a rampa de grama em torno da pista de Campo Grande durante os treinos se enchesse então de jaquetas, coleiras, cintos, braceletes. Muitos skatistas já eram punks e nos campeonatos andavam ao som do hard-core (Caiafa, 1985, p. 77).

Música, skate, estética punk. Cabe, agora, avaliar a prática do skate quanto a seus aspectos subculturais, o que será feito na próxima seção.

Skate como subcultura

O skate é praticado, desde sua origem, por uma grande maioria de jovens e é considerado uma subcultura juvenil. José Machado Pais (1993) vai ressaltar a importância do tempo livre para a sociabilidade desses indivíduos. É o tempo livre e a ruptura do cotidiano que vão possibilitar a maior afirmação das potencialidades do grupo. Nesse tempo livre, os jovens estariam menos sujeitos aos controles/vigilância externos, desfrutando de uma maior zona de autonomia que, por sua vez, vai permitir o surgimento e fortalecimento dessas culturas juvenis: "As culturas juvenis são, na sua essência, culturas de lazer" (Pais, 1993, p.188). Groppo (2000) também estabelece uma relação entre a multiplicação de grupos juvenis informais com o crescimento dos espaços modernos de lazer, da cultura do consumo e da indústria cultural no século XX. Esse contexto

possibilitou certo ganho considerável de autonomia para os jovens e, ao mesmo tempo, esta mesma juventude teve papel importante na consolidação do lazer inserido na cultura de massa:

> O lazer tornou-se a esfera de atividades por excelência, em que se exerce o consumo moderno. As juventudes tiveram grande participação nesse processo como agentes de criação e fomento dessa esfera – na arte-cultura (jazz, rock and roll), nos lazeres de sociabilidade (bailes, festas etc.), nos esportes, entre outros (Groppo, 2000, p. 55).

Para Pais (1993), os jovens se associam para a prática de sociabilidades e de lazer e essas redes grupais vão influenciar diretamente no processo de construção identitária de seus participantes, que possuem características comuns entre si ao mesmo tempo em que se contrapõem a outros grupos. Os grupos vão também assegurar certa proteção a seus integrantes, propiciando o espaço para que possam exercer suas individualidades e também "desenvolver formas genuínas de participação social" (Pais, 1993, p. 94). O autor fala também sobre as "fachadas grupais" que designam os participantes de determinados grupos, possibilitando sua identificação, como aqui, no nosso caso, podemos dizer "os skatistas".

A discussão sobre espaço e lugar também tem sua pertinência no que tange às culturas juvenis, que assumem, portanto, uma configuração espacial: "Os lugares físicos são pelos jovens transformados em espaços sociais através da produção de estruturas particulares de significado" (Pais, 1993, p. 96). Isso pode ser observado na forma muito particular como os skatistas ressignificam a cidade e o mobiliário urbano, transformando escadas, rampas e corrimãos em obstáculos para a prática de manobras. A presença dos skatistas em lugares específicos da cidade envolve constante negociação, em um jogo de forças no qual precisam buscar, conquistar e legitimar seus espaços.

Ao falar sobre gostos musicais juvenis, Pais aponta que provavelmente a atração por tipos de música específicos se dá em função de "determinados aspectos de suas vidas, a nível real ou fantasiado" (Pais, 1993, p. 105). Essa questão é central para a discussão que trazemos aqui. Não se pode creditar ao acaso as escolhas musicais semelhantes que se dão entre os praticantes de skate. Como vimos na discussão sobre a vinculação da prática ao movimento punk nos anos 1980, essa era a trilha sonora preferida dos skatistas, muitas bandas eram compostas por praticantes da modalidade, músicas que traziam em suas letras alusão ao skate e seus valores, e a batida agitada que impunha

um ritmo acelerado aos "rolés". Simbolicamente, punk era skate e skate era punk. Ambos contestadores e rebeldes. Trata-se de uma presença punk, um simbolismo punk. Não há espaço para o acaso.

Podemos aqui analisar ainda o skate enquanto subcultura, a partir da discussão de Haenfler (2014). O autor chama a atenção para o fato de que as subculturas não são estáticas e de que é preciso considerá-las como processos em andamento, modelos simbólicos que vão orientar as crenças, valores e comportamentos de seus participantes. Haenfler propõe então a seguinte definição: "Uma rede social relativamente difusa tendo uma identidade compartilhada, significados distintos em torno de certas ideias, práticas e objetos, e um sentimento de marginalização ou resistência a uma sociedade convencional percebida" (Haenfler, 2014, p. 16)[13].

A partir daí, o autor vai analisar cada um dos principais termos citados na definição: (1) redes sociais difusas, com interações e convivência que não envolvem líderes formais, organizações burocráticas e estrutura organizacional, entre outros; (2) identidade compartilhada, considerando que membros de uma mesma subcultura se reconhecem e se identificam ao mesmo tempo que se diferenciam de participantes de outras subculturas; (3) significados distintos, em torno de certas ideias, práticas e objetos, o skate para os skatistas, por exemplo, tem um significado muito particular; (4) resistência, em algum nível, frente à cultura *mainstream* e hegemônica; (5) marginalização, vistos como *outsiders*, fora do padrão, participantes de subculturas acabam por receber algum tipo de estigma, como se escolhessem pelo caminho do desvio. Ao relacionar o skate a todas essas características abordadas na definição de Haenfler, podemos afirmar que o skate é uma subcultura. Afirmação feita por ele próprio em quadro comparativo (Haenfler, 2014, p. 23). Para além desses aspectos abordados, o autor propõe que algumas subculturas possuem ainda vocabulário específico, estilo e música, como é o caso do skate.

Skate como estilo de vida, música como "objeto"

> Eu acho legal destacar que skate, além de um esporte, é um modo de vida, né? Então, tipo assim, aquilo que você faz no skate influencia tanto, tipo assim, em tudo que você faz na sua vida. O jeito que você anda de skate, a música que você gosta de escutar andando de skate, também influencia. O seu estilo, do jeito que você se veste e tudo, essas coisas andam sempre muito ligadas. Skate e música estão sempre muito ligados. Muito. (Bruno, 19 anos, de Belo Horizonte).

A reflexão de Bruno sintetiza a visão de mundo de seus pares, que rejeitam, como ele, a redução à categoria de "esporte" para aquilo que praticam – "estilo de vida" é um modo de explicar que o skate pervade suas vidas em diferentes momentos, o tempo todo, ao contrário do "esporte", que requer um empenho disciplinado, coisa que não cabe nos traços subculturais tão preservados pelos skatistas de nossa pesquisa.

Para além de uma subcultura juvenil, portanto, o skate é um estilo de vida. Anthony Giddens desenvolve um estudo sobre a relação do que ele chama de "modernidade tardia" ou "alta modernidade", ou seja, nossos tempos atuais, e a questão da construção das identidades dos sujeitos. O "projeto reflexivo do eu", de que fala Giddens (2002), consiste na tentativa de construir uma identidade coerente, assim como uma narrativa biográfica que faça sentido, mesmo diante da necessidade constante de reavaliação e das mudanças cada vez mais frequentes nos contextos sociais mais amplos, que vão oferecer continuamente uma diversidade de opções aos indivíduos. Para o autor, vivemos uma espécie de crise mais ou menos permanente que vai impor aos sujeitos a necessidade de transformações ativas. Desta forma, a autoidentidade é considerada uma das questões existenciais que se apresentam aos sujeitos contemporâneos e consiste em "(...) algo que deve ser criado e sustentado rotineiramente nas atividades reflexivas do indivíduo" (Giddens, 2002, p. 54).

Nesse processo de busca pela construção da autoidentidade, o indivíduo se vê, no dia a dia, perante uma ampla e variada gama de escolhas, e conta com quase nenhuma ajuda para decidir o que selecionar. Neste contexto, para Giddens, o indivíduo acaba adotando um estilo de vida, inclusive é pressionado a fazê-lo, e pode orientar suas escolhas a partir daí. Os estilos de vida vão orientar o indivíduo nas decisões rotineiras do dia a dia, decisões que se referem não apenas ao que fazer, mas que se refletirão também em quem ser: "Um estilo de vida pode ser definido como um conjunto mais ou menos integrado de práticas que um indivíduo abraça, não só porque essas práticas preenchem necessidades utilitárias, mas porque dão forma material a uma narrativa particular da autoidentidade" (Giddens, 2002, p. 79).

Giddens explica que os estilos de vida são práticas rotinizadas, escolhas que vão impactar mesmo as decisões diárias tidas como mais banais, como o que vestir, o que comer, com quem se encontrar. Os estilos de vida orientam essas tomadas de decisão, ao mesmo tempo que até mesmo as pequenas decisões diárias impactam sobre a identidade do sujeito, sobre quem ele é e quem ele quer ser: "Um estilo de vida envolve um conjunto de hábitos e orientações

e, assim, tem uma certa unidade – importante para uma sensação de continuidade da segurança ontológica – que liga as opções num padrão mais ou menos ordenado" (Giddens, 2002, p. 80).

Ao refletir sobre as subculturas, Haenfler (2014) também tece considerações sobre estilo de vida (*lifestyle*), como sendo um modo específico de viver, incluindo gostos, jeito de se vestir e de falar, escolhas de compras, hobbies etc. (Haenfler, 2014, p. 19). Para ele, entretanto, estilo de vida é diferente de subcultura, faltando ao primeiro o caráter desviante e de oposição que é imprescindível à segunda. Aqui, porém, em consonância com as falas de nossos pesquisados, consideraremos o skate como subcultura segundo Haenfler, mas também como estilo de vida, de acordo com nossos pesquisados e com a discussão de Giddens (2002), como vimos logo acima, e de Pais (1993).

José Machado Pais (1993) aponta que os estilos de vida apresentam-se como um "fenômeno de comunicação", envolvendo vestuário, gestos, vocabulário e comportamento, entre outros, que por sua vez, vão estar relacionados a processos de constituição de identidades:

> Em suma, objectos simbólicos como a música, o vestuário, a aparência, a linguagem, as formas de interacção, são cristalizações expressivas que a ajudam a definir a identidade dos grupos, isto é: como todas as construções culturais, os usos simbólicos desses objectos ajudam a expressar e a consolidar uma identidade dotada de "coerência interna" que, de certo modo, pressupõe uma oposição relativamente a outros grupos contra os quais essa identidade é definida (Pais, 1993, p. 106)

Quando Giddens se refere a dar "forma material" a narrativas particulares de autoidentidades, e Pais a "cristalizações expressivas" que contribuem para definir a identidade dos grupos, tangencia-se uma importante discussão que é empreendida nas ciências sociais, que se refere à relação entre "sujeito" e "objeto". Assume-se que, em sociedade, estamos o tempo todo lidando com pessoas e não-pessoas, as quais podemos chamar de "objetos" – no sentido etimológico da palavra latina *obiectum*, trata-se de tudo aquilo que é posto diante de alguém. Portanto, ampliando o significado do que o senso comum entende como objeto, podemos entender qualquer coisa que se coloca em contraposição a nós. Bruno Latour (2009) chama de actantes todos os objetos que, juntos, conformam o mundo vivido. Sendo assim, o autor coloca em pé de igualdade pessoas e coisas, já que todas estão agindo juntas, construindo-se contínua e permanentemente em mutualidade. Daniel Miller (1987), nos

estudos da cultura material, avança, tal qual Latour (embora em perspectivas diferentes), na teoria da objetificação de Hegel, demonstrando que as coisas materiais são, na verdade, parte do sujeito, desejos que ganham forma e matéria para, em seguida, serem reabsorvidos por meio do consumo e do uso que fazemos delas. Sendo assim, para Miller, pessoas e coisas não se opõem, ao contrário, são interdependentes, numa perspectiva ontológica, de estar e ser no mundo. Para o sujeito do *skateboarding*, há determinadas coisas materiais e imateriais que se põem diante dele, como objetos, construindo mutuamente significados e identidades bastante particulares. A primeira, e mais óbvia, é a prancha, ou, como dizemos coloquialmente em português, o skate[14]. Não existe skatista sem skate, um define o outro. A materialidade em si do skate, aliás, é parte das manobras, não apenas como plataforma por meio da qual elas serão executadas, mas como objeto concreto que se choca com o chão, provocando o barulho que convoca outros skatistas para se juntar ao grupo ou incomoda os vizinhos propositadamente, como parte dos traços subculturais de resistência e transgressão. Além do skate, há o tipo de roupa que se usa, que mistura aspectos estilísticos e utilitários (a meia alta protege a pele do skatista do impacto do skate), acessórios (como bonés), tatuagens, cabelos (dos raspados aos longos), obstáculos (de corrimãos a caixotes empilhados improvisadamente) e música (ouvida coletivamente por meio de caixas de som ou individualmente, por meio de fones de ouvido). Tudo isso, então, podemos chamar de objetos que se constituem como parte do sujeito skatista, e vice-versa.

Objetos, coisas ou actantes, não importa, atuam juntos. O sujeito do mundo vivido exercita sua subjetividade conjuntamente com os objetos que o cercam – outras pessoas, coisas materiais e objetos imateriais. Na medida em que tais objetos são objetificados, ou seja, sejam parte do processo de construção mútua entre o mundo interior e o mundo exterior, são, enfim, objetos, coisas. Como a música, por exemplo. Remetendo a Hegel ([1807]1992), há estágios sucessivos, do mais primitivo ao mais sofisticado, de construção do autoconhecimento do sujeito, que se dão pela separação e reabsorção do objeto. É um jogo entre o mundo interior e exterior. Nesse processo, constrói-se uma relação de interdependência entre o sujeito e o objeto. Do mesmo modo, a música é um objeto que nasce do poder criativo do sujeito, uma costura entre o inconsciente e o consciente, que se materializa num tecido invisível, mas audível. É como se, por meio de ondas sonoras, o pensamento de um possa ser ouvido por muitos. Trata-se de uma outra forma de dizer. E, uma vez exteriorizada, a música é ouvida e reabsorvida pelo sujeito, portanto subjetivada no

processo de objetificação. Uma só música pode ser compreendida potencialmente de modos quase infinitos, tantos quanto forem o número de pessoas no mundo. A música é uma objetificação, portanto, ainda que não tenha forma material sensível à visão, ao tato, ao olfato e ao paladar – já que as ondas sonoras existem, mas não são percebidas ao olho nu do ser humano, apenas por meio da audição.

Nesse processo de objetificação, em que se cria, se separa e depois se reabsorve de modo ininterrupto o objeto, a música, tal qual outras coisas, estabelece uma comunicação entre o mundo interior e o mundo exterior. No caso do skatista e da música, trata-se, portanto, de uma comunicação entre o mundo interior, do sujeito, e o mundo exterior, da cidade, em que há um ritmo que convoca o corpo e o skate a atuarem juntos, de modo coerente com um dado estilo de vida. Faz diferença, portanto, que tipo de música se ouve para praticar o skate, pois, a depender de seu estilo, traz consigo uma série de outras formas expressivas e marcas identitárias necessárias para a construção de traços subculturais.

Ser skatista, portanto, é não só andar sobre prancha e rodas, mas também assumir uma identidade skatista, que é comum aos praticantes, que se vestem de maneira semelhante, possuem linguajar próprio, escutam o mesmo tipo de música e ainda possuem um olhar diferente e exploratório para a cidade.

Skate e música: uma possível análise

Com o objetivo de nos aprofundarmos no tema que trata das relações entre skate, música e cidade, empenhamos a aplicação de questionários, respondidos por praticantes de skate em redes sociais online (Facebook e Instagram). Foram respondidos 296 questionários, aplicados entre novembro de 2017 e março de 2018. Do total, 97,6% dos entrevistados eram do sexo masculino e 2,4% do sexo feminino, todos com idade entre 12 e 52 anos. Com relação à frequência com que praticam skate, 47% afirmaram que praticam pelo menos três vezes na semana, 21,6% afirmaram andar de skate todos os dias, 20,3% praticam uma vez por semana, 7,4% uma vez a cada 15 dias e 3,7% uma vez por mês.

Percebe-se, portanto, uma preponderância de homens na subcultura do skate. Autores como Ross Haenfler (2014) já chamavam atenção para o fato da dominação masculina nas subculturas juvenis, o que se reproduz também aqui. Os números demonstram, também, que se confirma a noção de que o skate é um "estilo de vida" (Giddens, 2002), já que é praticado com muita

frequência, o que denota uma espécie de comprometimento com um conjunto simbólico coerente na construção de uma identidade coletiva e, reflexivamente, individual.

Quando perguntamos sobre em qual modalidade de skate são praticantes, e com possibilidade de indicar quantas alternativas desejassem, tivemos os seguintes resultados: 89,9% são praticantes da categoria *street*, 25,3% da categoria *mini ramp*, 20,9% da modalidade *park*, 15,9% da categoria *bowl*, 10,8% da categoria *banks*, 8,4% de vertical, 7,4% de *freestyle*, 6,4% de *downhill slide*, 2,4% de *downhill speed*. Com menos de 1% apareceram as categorias *freestyle dancing*, megarrampa, *push race*, *slalom*, *overall*, *mountain boards*/ skate de montanha e *carver*/ simulador de surf.

A categoria *street* se destaca entre todas as demais, indicando que há uma intensa relação entre o praticante e a cidade: "O skate *street*, ou, em bom português, skate de rua, é a modalidade com o maior número de praticantes no Brasil e no mundo, que evoluiu do *freestyle*. Nela, o skatista usa a arquitetura urbana para praticar suas manobras: escadas, corrimãos, bancos, hidrantes ou muros, tudo é válido! Com muitas possibilidades, a criatividade de cada um é o que conta na hora de sair para a rua com o seu carrinho"[15].

O skatista, por meio da disseminação desta modalidade, torna-se um sujeito em trânsito pela cidade, colocando-o *dentro* e não *à margem do* ambiente urbano, circulante e sem fronteiras. Ao serem perguntados se têm o hábito de escutar música enquanto andam de skate, 95,3% afirmaram que sim. Os 4,7% que afirmaram não ter esse hábito, tinham a pesquisa encerrada neste momento. A partir daqui todas as perguntas que se seguem foram feitas apenas aos skatistas que declararam ter o hábito de ouvir música enquanto andam de skate, ou seja, 95,3% da amostra.

A música é, incontestavelmente, parte da cultura do skate. Mais ainda, até aqui, surge como um importante objeto, actante (Latour, 2009), que estabelece comunicação entre o mundo interior, subjetivo, e o mundo exterior, coletivo. Com relação à frequência com que escutam música, 40,4% dos respondentes afirmaram que isso se dá sempre que andam de skate, 35,5% que isso ocorre quase sempre e 24,1% que a prática se dá apenas de vez em quando.

É prudente relativizar o lugar da música no skate, considerando que o seu consumo não se dá apenas no contexto de sua prática, mas na cotidianidade dos trânsitos pela cidade – constitui-se, dentro do público pesquisado, antes, como uma prática urbana. Na pergunta sobre que tipo de música/ritmo, gostam de ouvir enquanto andam de skate e com possibilidade de assinalar

quantas alternativas desejassem, tivemos: 86,2% declararam ouvir rap, 68,2% hip hop, 55,1% rock, 21,6% punk, 14,8% pop, 12,4% hippie, 7,1% funk, 2,1% reggae, 1,1% MPB, 1,1% trap. Demais ritmos registraram menos de 1% de preferência. Quando perguntados sobre qual seu estilo como skatista, tivemos: 60,3% rap, 36,1% hip hop, 18,1% rock, 9% punk, 4,7% hippie e 1,8% pop. Demais estilos registraram menos de 1% das respostas.

Trazendo esses números para a cultura brasileira, observa-se que os ritmos locais, como funk carioca e MPB, não circulam de modo representativo na subcultura do skate. Do outro lado, têm-se o rap, o hip hop e o rock, o que configura a forte influência da música de origem negra e norte-americana sobre os skatistas. Principalmente o rap traz consigo uma expressão política importante, que resvala em extensões artísticas da cultura do skate, como o grafite, por exemplo.

Perguntamos em seguida qual o papel da música enquanto andam de skate, sendo possível assinalar mais de uma alternativa. Os resultados foram: 62,9% responderam que a música tem o papel de dar o ritmo, 60,1% de diversão, 44,9% de concentração, 39,9% de acelerar/desacelerar, 1,1% de inspiração. Demais respostas tiveram menos de 1%.

Como vimos antes, o *flow* é mais do que uma gíria do rap e da subcultura do skate, o termo revela um modo de fazer. É no ritmo da música que a manobra se concretiza. O ritmo marca a simbiose entre o corpo, o skate e o asfalto da cidade. Um ritmo que reverbera, em geral, dentro do corpo, pelos fones de ouvido, e que se expressa diante dos olhos do outro, ou do mundo exterior, por meio da manobra. O *flow* é um mediador e estabelece o diálogo entre o skatista e uma cidade percebida como playground, destinada a ser obstáculo.

Questionados sobre se o estilo de música que ouvem combina com o estilo de andar de skate, em pergunta aberta e com espaço para explicação, apenas 4 afirmaram taxativamente que não. A maioria disse que o estilo de música e o de andar de skate combinam. Algumas falas dos entrevistados ajudam a ilustrar como eles fazem essa relação: "A música que eu escuto é que faz dar o gás pra dar as manobras de skate"; "Eu gosto de andar escutando rock porque gosto de andar de skate com velocidade"; "Explica o momento, punk quando estou mais acelerado, agressivo nas manobras e rap quando estou no rolé mais de boa"; "Bastante, pois há contextos inseridos nas letras e ritmos que influenciam no desempenho"; "Skate, música e estilo andam juntos nesse esporte. Se você curte mais um rock, você anda mais agressivamente; quando escuta um rap ou hip hop, anda mais tranquilo"; "Depende, às vezes eu escuto músicas

mais pesadas pra coisas mais difíceis ou mais intensas e músicas mais calmas pra andar na rua ou ficar mais de boa"; "Quando estou ouvindo reggae eu dou um rolé mais leve, quando estou ouvindo rap/hip hop é um rolé mais acelerado"; "Músicas explosivas convêm com a explosão de criatividade ao ver os obstáculos e pensar em manobras, além do mais, o fato de fazer o subconsciente entender que o corpo está acelerado e que nunca é a hora de parar"; "Quando ouço uma música mais calma procuro realizar manobras mais técnicas, o que me dá concentração com a música, quando ouço músicas mais aceleradas procuro aplicar manobras mais rápidas e com força".

Diante de tais verbalizações, identificamos a já mencionada simbiose entre corpo, skate e cidade, por meio da música. Afinal, a música dá o ritmo do corpo que comanda o skate. Ao mesmo tempo, os obstáculos da cidade interferem e modificam o movimento do skate, o que se reflete no movimento do corpo. É claro que, sem música, o que aqui se descreve, ainda assim, poderia acontecer. Porém, a partir do que revelam os praticantes, é a música que vai *comunicar* a intencionalidade e, dessa forma, estabelecer a relação com a cidade e com as pessoas da cidade: a velocidade do punk, os contextos das letras que influenciam no desempenho, a agressividade do rock em oposição à tranquilidade do rap e do hip hop, a intensidade das músicas mais pesadas e o *deboísmo*[16] das músicas mais tranquilas, a explosão de criatividade e a necessidade de nunca parar, informadas ao subconsciente. Aqueles que passam pelos skatistas nas ruas da cidade não ouvem a música, mas percebem a intencionalidade que está por trás do rolé. E é a música que confere, enfim, humor, emoção e sentimento às manobras do skate.

***

A pesquisa realizada entre os anos de 2016 e 2018 sobre a prática do skate na cidade do Rio de Janeiro inspirou e sustentou o presente texto, que teve por objetivo compreender o consumo da música durante a prática do skate. Mais ainda, buscamos estabelecer as relações entre skate, música e cidade, considerando que a modalidade *skate street*[17] vem ganhando muitos adeptos, desde que foi introduzida no Brasil. O que chamou atenção para essa tríade foi a presença marcante das representações do skate na mídia, especialmente na publicidade, o que sublinha a familiaridade do senso comum com uma prática que já foi considerada marginal.

Uma investigação que contou com a aplicação de 296 questionários nas redes sociais online, Facebook e Instagram, entre o fim de 2017 e o início de 2018, revelou que, de fato, a música é uma mediadora entre o sujeito skatista

e a cidade, estabelecendo uma comunicação entre o seu mundo interior e o mundo exterior. Além disso, contribui, por meio do ritmo (dominantemente do rap e do hip hop), tanto para a configuração de uma cidade projetada como obstáculo, na visão do praticante, como para a sua própria configuração identitária, como sujeito e também como parte de um grupo, o qual identificamos como subcultural.

O texto visa contribuir para os estudos culturais no campo da comunicação, num primeiro nível, e no campo das ciências sociais, num segundo momento, assumindo que a música, como objeto objetificado, estabelece um diálogo entre pessoas e coisas, entre sujeito e mundo vivido. E que o skate é uma subcultura rica em aspectos simbólicos a qual, portanto, merece, ainda, ser explorada, dada a sua crescente presença na paisagem urbana e, por consequência, no sistema capitalista, reforçando os traços subculturais de resistência anticapitalista.

Referências

BECKER, Howard S. *Outsiders:* Estudos de sociologia do desvio. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BENJAMIN, Walter. *Obras escolhidas III:* Charles Baudelaire: um lírico no auge do capitalismo. São Paulo: Brasiliense, 1994.

BRANDÃO, Leonardo. *Para além do esporte:* uma história do skate no Brasil. Blumenau: Edifurb, 2014.

_____. Entre a marginalização e a esportivização: elementos para uma história da juventude skatista no Brasil. In: *Recorde:* Revista de História de Esporte. Volume 1, número 2, dezembro de 2008.

BUTZ, Konstantin. *Grindin California:* Culture and Corporeality in American Skate Punk. Bielefeld: Transcript, c2012.

CAIAFA, Janice. *Movimento punk na cidade:* a invasão dos bandos sub. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1985.

CERTEAU, Michel de. *A invenção do cotidiano*. Artes de fazer. Petrópolis: Vozes, 1994.

GIDDENS, Anthony. *Modernidade e Identidade*. Rio de Janeiro: Zahar, 2002.

GROPPO, Luis Antônio. *Juventude:* ensaios sobre sociologia e história das juventudes modernas. Rio de Janeiro: Difel, 2000.

HAENFLER, Ross. *Subcultures:* the basics. New York: Routledge, 2014.

_____. *Straight Edge:* Hardcore Punk, Clean-Living Youth, and Social Change. New Brunswick: Rutgers University Press, 2006.

HEGEL, Georg W. F. *A fenomenologia do espírito* – Parte I. Petrópolis: Ed. Vozes, 1992.

HOUAISS, Antônio; VILLAR, Mauro de S. *Dicionário Houaiss da língua portuguesa*. Rio de janeiro: Objetiva, 2009.

LATOUR, Bruno. *Where are the missing masses?* The sociology of a few mundane artifacts. In: CANDLIN, Fiona and GUINS, Raiford (eds.). *The Object Reader*. London and New York: Routledge, 2009.

LE BRETON, David. O risco deliberado: sobre o sofrimento dos adolescentes. *Política & Trabalho* – Revista de Ciências Sociais. N. 37, outubro de 2012, pp. 33-44.

MILLER, Daniel. *Material culture and mass consumption*. Oxford: Blackwell, 1987.

MOSCOVICI, Serge. *Representações sociais:* investigações em psicologia social. Petrópolis: Vozes, 2011.

PEREIRA, Cláudia. Juventude como conceito estratégico para a publicidade. *Comunicação. Mídia e Consumo*. São Paulo. Vol. 7, n. 18, pp. 37-54. Mar. 2010

PAIS, José Machado. *Culturas Juvenis*. Lisboa: INCM, 1993, pp. 89-193.

_____. SOUZA, Marcela Fernanda da Paz de. Cotidiano, cultura e juventude: olhares intercruzados. Entrevista com José Machado Pais. *Revista de Ciências Sociais*, Fortaleza, v. 47, n. 1, jan/jun, 2016, pp. 219-235.

SANTOS, Milton. *Técnica, Espaço, Tempo*. São Paulo: Hucitec, 1994.

SIMMEL, George. A Metrópole e a Vida Mental. In: VELHO, Otávio G (org.). *O Fenômeno Urbano*. Rio de Janeiro: Ed. Guanabara, 1987.

SOUZA, Marcela Fernanda da Paz de. Cotidiano, cultura e juventude: olhares intercruzados. Entrevista com José Machado Pais. *Revista de Ciências Sociais*, Fortaleza, v. 47, n. 1, jan/jun, 2016, pp. 219-235.

Notas

1 Ao tratarmos da categoria "cidade", estaremos sempre nos referindo à cidade urbana. O rural não é objeto deste texto.

2 A partir de agora, vamos nos referir ao *skateboard*, do inglês, apenas como skate, nome pelo qual a prática é conhecida no Brasil.

3 Os nomes são fictícios, para preservar a identidade dos entrevistados.

4 Em Michel de Certeau, os significados de "espaço" e "lugar" se invertem, quando comparados aos conferidos pelos geógrafos. Para o autor, o espaço é o lugar praticado.

5 Vídeos que ilustram esses diferentes *flows*: rock – https://www.youtube.com/watch?v=HVvF3oNLeGM; rap – https://www.youtube.com/watch?v=CfbGx9Zd9ig; punk – https://www.youtube.com/watch?v=-8ged_Er_FY.

6 Em 2009, eram 3,8 milhões de praticantes de skate no Brasil. Informações disponíveis em: https://blogs.oglobo.globo.com/ancelmo/post/aumenta-o-numero-de-praticantes-de-skate-no-brasil-aponta-pesquisa.html. Acesso em 20 de maio de 2018.

7 Informações disponíveis em: http://esporte.uol.com.br/skate/ultimas-noticias/2012/02/10/antes-vagabundos-esportes-radicais-viram-aposta-segura-no-mercado-esportivo.jhtm. Acesso em 10 de junho de 2018.

8 Em 2020, nas Olimpíadas de Tóquio, no Japão, o esporte participará pela primeira vez da competição.

9 A "juventude", como conceito estratégico para a publicidade (Pereira, 2010), é uma construção social que tem seus valores promovidos para consumidores de todas as idades e "ser jovem" torna-se, então, um ideal tanto para "velhos" como para crianças.

10 A telenovela é um produto cultural de enorme influência na sociedade brasileira.

11 Na cidade do Rio de Janeiro, por meio de ações do Coletivo XV, em 2016, a Fundação Parques e Jardins, ligada à prefeitura da cidade, concedeu aos skatistas o direito de ocupar a tradicional Praça XV.

12 Informações da Confederação Brasileira de Skate, disponíveis em http://umti.com.br:8040/modalidades/street. Acesso em 31 de maio de 2018.

13 Tradução livre do original: "A *relatively diffuse* social network having a *shared identity*, *distinctive meanings* around certain ideas, practices, and objects, and a sense of *marginalization* from or *resistance* to a perceived 'conventional' society".

14 Em inglês, a palavra "board" está integrada ao termo skate, formando "skateboard". Em português, a ideia se reduz simplesmente a "skate".

15 Disponível no site O Skate (http://www.oskate.com.br/modalidades-de-skate-conheca-as-principais/). Acessado em 10/06/2018.

16 Gíria brasileira, que surgiu no ambiente da internet, criada por dois adolescentes na forma de memes, como uma espécie de "filosofia", forma de definir o que é "viver de bem com a vida".

17 Skate *street* ou *street* Skate ou skate de rua são variações da mesma ideia, que é a modalidade de skate que usa as ruas das cidades para rolés, manobras e percursos de um modo geral. As três formas serão usadas ao longo do livro.

Capítulo 2

As mina no rolê: a presença das meninas na cena do skate carioca

Amanda Antunes

Introdução

Num fim de tarde ensolarado de sábado, na Praça XV do Rio de Janeiro, um evento reunia os skatistas cariocas no local que já é reduto da prática e sociabilidade skatista na cidade. Era 15 de dezembro de 2018 e acontecia o festival Conexidade, um evento que é parte de um projeto maior realizado pela empresa Oi, que contou com shows, performances artísticas de rua, *best tricks*[1] de skate feminino e masculino, exposições, instalação urbana com espetáculo de luz e arte digital, oficinas e circuito gastronômico.

No evento, um "Bate-papo com as Minas do Skate" apresentado por um dos organizadores, integrante do Coletivo XV, chama a nossa atenção para uma questão interessante: a necessidade – ainda – de pôr em discussão o lugar, a presença e o papel da mulher no universo do skate. Tal fato aponta para uma persistente hegemonia masculina nesse cenário. Não obstante o número de mulheres no skate esteja crescendo consideravelmente nos últimos tempos[2], ainda é evidente o esforço contínuo de algumas – por vezes, poucas – skatistas na negociação e disputa nesse espaço tomado pela figura do homem.

Logo após o bate-papo, presenciamos um momento crucial no evento, quando o espaço foi cedido exclusivamente às mulheres, depois que o apresentador, no microfone, pediu aos muitos skatistas presentes para liberarem a pista, deixando-a livre para elas. É o momento da *best trick* feminina. Apenas três meninas começam a praticar e desempenhar suas manobras e posteriormente mais uma que se juntou ao grupo.

Durante o trabalho de campo, frequentando as ruas e as pistas, culminando no evento descrito acima, foi fácil notar a parca presença de skatistas mulheres entre os grupos observados, nos vários lugares pelos quais passamos. Logo percebemos ser bastante atual a já deflagrada predominância masculina e, por conseguinte, o caráter masculinizante notável na subcultura do skate, que atribui à mulher uma posição de inferioridade e atuação minoritária, o

que só confirma as teorias dos estudos subculturais, que denunciam um lugar menos prestigiado para as mulheres nesses contextos. Assim, surgem alguns questionamentos que pautam as discussões deste capítulo: Por onde andam as skatistas cariocas? Quais espaços estão ocupando? Como se dá a negociação entre gêneros no universo do skate carioca? De que forma elas negociam presença e pertencimento nos diferentes espaços dominados pela hegemonia masculina, tal como a subcultura do skate? Há contemporaneamente perspectivas de mudança nesse cenário?

Embora as características peculiares do skate não denotem ou ensejem, de modo evidente, patamares de oposição ou falta de representatividade de gênero, a priori, visto que a prática não é exclusiva, uma breve análise em rastros da sua história nos permite compreender a lógica contextual que faz o skate, ainda hoje, carregar traços de uma cultura maior na qual predomina a hierarquia masculina, fazendo também desse universo um lugar masculinizado e masculinizante (Figueira, 2008).

Assim, para encontrar as minas, foi necessário realizar um esforço mais efetivo, buscar em outros lugares, inclusive fora das pistas, e tentar entender as estratégias empreendidas, com atuação consciente, na busca pelo ocupar e pelo pertencer.

Neste capítulo, vamos, então, analisar a participação das mulheres no universo do skate, tanto efetiva, com presença física, como de afirmação e legitimação neste campo de disputa. Buscamos, não exatamente estabelecer relações de causa e efeito, mas ressaltar e compreender os movimentos e processos nos quais elas estão envolvidas, além da atuação das próprias, enfatizando uma perspectiva histórica e uma prática discursiva. Para tanto, fizemos uso de uma pesquisa com inspiração etnográfica, realizando a análise de um rico material oriundo da observação participante nas ruas, com conversas informais e relatos produzidos de episódios presenciados, e nas redes digitais, com produções discursivas de naturezas distintas, entre elas falas das skatistas, participação em reportagens de veículos especializados, imagens, vídeos, postagens textuais produzidas pelas próprias, entre outros. Como foco e recorte de investigação, tomamos o coletivo de mulheres chamado Britney's Crew como objeto de pesquisa.

Deslizamentos contextuais

Como toda manifestação cultural, as práticas esportivas e/ou atividades de lazer e brincadeiras que envolvem o corpo são construções socialmente elaboradas que reúnem tipos específicos de ação, além de discursos e determinados valores

capazes de imprimir nos corpos praticantes, simbólica e concretamente (através da forma física almejada; tipos, localização e quantidade de tatuagens; roupas e acessórios; entre outros), distintas representações de feminilidade e masculinidade, que colaboram na conformação de ideais de sujeitos femininos e masculinos e delimitações de espaços sociais destes mesmos sujeitos. Na prática de skate, não poderia ser diferente. Rastros de sua história, do lazer ao esporte institucionalizado, evidenciam alguns deslizamentos e curiosidades num cenário que é rico de complexidade.

A origem do skate, conforme mencionado anteriormente, é identificada como uma ramificação do surfe por diferentes autores, tais como Eduardo Britto (2000), Keith Hamm (2004), Valéria Bitencourt e Simone Amorim (2005) e Leonardo Brandão (2011). Como mostra o documentário *Dogtown and the Z-Boys* (2001), a aproximação das duas modalidades de prática corporal se faz evidente em períodos iniciais do skate tanto pelas manobras, como pelo fato de ter começado a ganhar notoriedade por alguns dos seus primeiros praticantes: surfistas da Califórnia. Contudo, conforme faz saber Leonardo Brandão (2009), antes mesmo de – e, em dado momento, em paralelo a – tal aproximação, o skate apresenta também uma relação bem estreita com a patinação artística muito pouco propagada. Há um período de silenciamento, sobre as décadas de 1950 e 1970, com escassez de referências a esta parte da história do skate, por conta dos desdobramentos no processo de esportivização, mais especificamente a partir da segunda metade de 1970, por determinados interesses mercadológicos que atravessam o campo dessa prática esportiva no período (Brandão, 2009).

Os primeiros modelos do que hoje conhecemos como *skateboard*, ou apenas skate, eram uma adaptação das rodas de patins a uma tábua de madeira e seu uso se enquadrava em atividades lúdicas com o desafio de manter-se equilibrado com o corpo em vertigem. Como aponta Brandão, "historicamente, a primeira tendência que se observa acerca da esportivização do skate data de meados da década de 1950, seguindo o skate o mesmo modelo do que vinha sendo realizado com o patim artístico" (Brandão, 2009, p. 17).

A patinação artística, bem antes do surgimento do skate, desenvolvia-se como modalidade esportiva com apresentações de patinadoras – se não prioritariamente, em número representativo – e patinadores para um público e um grupo de jurados para avaliar a performance dos movimentos, os quais deveriam demonstrar sinuosidade e leveza. Tal como com os patins, os praticantes de skate, em um momento em que o skate já não é mais tratado como

brincadeira, mas sendo a prática exibida em apresentações e competições, faziam movimentos corporais que em nada se parecem com as manobras radicais de tempos posteriores ou mesmo os giros, as "*tricks*"[3] ou as manobras "insanas"[4] das diversas modalidades do skate atualmente. As imagens abaixo mostram alguns dos movimentos executados nesse tipo de performance, comum até o final dos anos 1970 (Figura 1):

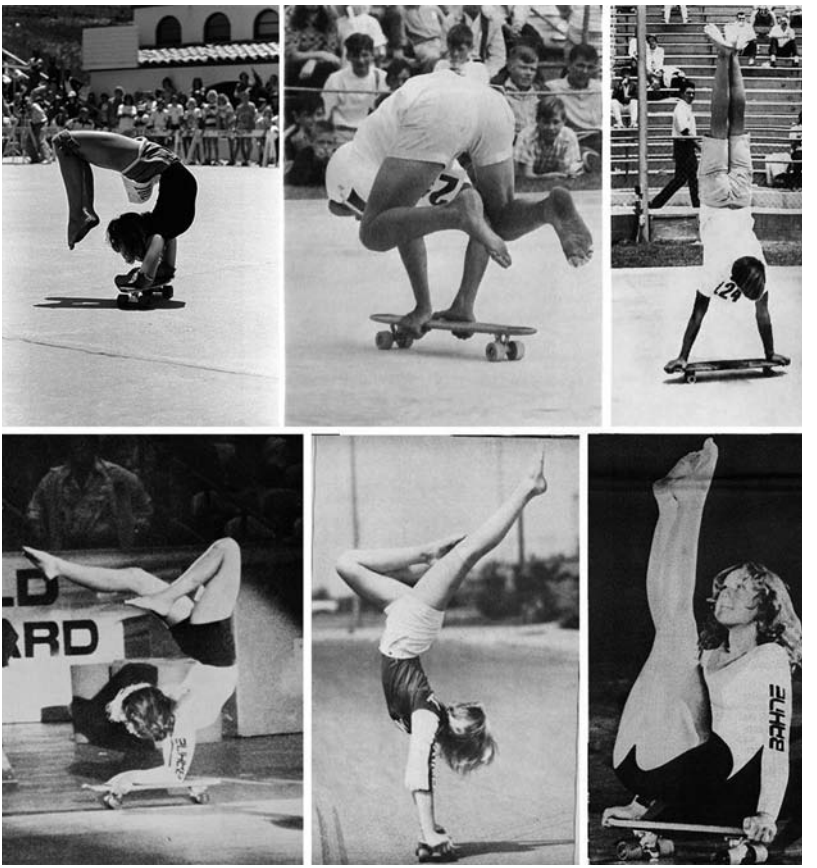

Figura 1. Fotos de exibições e campeonatos de skate[5].

Nestas décadas, é possível observar uma presença mais marcante das mulheres, com destaque para: Patti McGee, Helen O'Neal, Ellen Barryman, Laura Thornhill, Kim Cespedes, Wendy Bearer, Terri Brown, Leilani Kiyabu e outras. A norte-americana Patti McGee, aos 19 anos, em 1965, tornou-se a primeira skatista profissional. No mesmo ano, foi matéria de capa da revista especializada *Skateboarder Magazine* e da tradicional *Life* (Figura 2), além de ter participado de uma série de programas de televisão, propiciando ampla visibilidade

ao skate, enquanto prática corporal e esportiva, e marcando a presença feminina nesse universo. Helen O'Neal, nascida no mesmo ano em que Patti McGee se tornava skatista profissional, ficou conhecida na década seguinte por suas manobras ousadas de equilíbrio, por vezes com mais de um skate, e por sua frequente participação em competições em pistas. O'Neal foi a primeira mulher a conseguir títulos nos maiores campeonatos de skate da Califórnia.

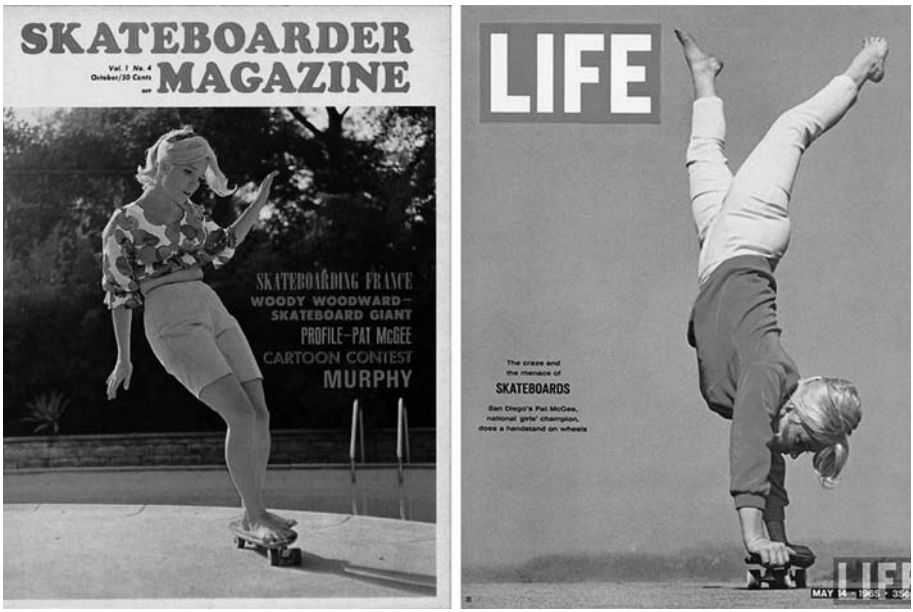

Figura 2. Imagens das capas de revista com matérias de destaque para a skatista Patti McGee[6].

"Como o skate era associado ao patim, essa questão do gênero era menos flagrante do que a caracterização tomada a partir da década de 1980, quando o skate passou a representar mais o universo masculino e o patim, o universo feminino" (Brandão, 2009, p. 18). Nas representações estabelecidas processualmente ao longo da história do esporte é comum a associação aos homens das modalidades que exigem agilidade, força, potência e resistência muscular. Já às mulheres, são atribuídas as qualidades de um corpo flexível e leve, capaz de executar movimentos sinuosos, delicados e perfeitamente desenhados, restando a elas, por oposição, as práticas esportivas que exigem ou exploram tais características. Como afirma Silveira e Vaz (2014, p. S214), "é sobre a natureza biológica das mulheres que se constrói o mito da fragilidade feminina e é também neste processo de proibições e recomendações para os sexos que o território do esporte se constitui".

O sistema simbólico de feminilidade e masculinidade demarca também, além de gestos corporais, a própria plasticidade e a estética do corpo. Músculos grandes, ombros largos e ausência de curvas são tidos como sinais físicos atribuídos culturalmente a um corpo masculino, instituindo a masculinidade na forma física. Por outro lado, curvas mais sinuosas e partes arredondadas, músculos pouco evidentes e seios volumosos são entendidos como exclusividades de um corpo feminino, alinhando a noção de feminilidade. Soma-se a isso a estética apresentada pelo vestuário, incluindo roupas, suas cores, tipos e acessórios que, também na prática corporal esportiva, traduz sistemas classificatórios atribuídos aos gêneros – temporal e culturalmente, vale reforçar.

A partir das imagens que nos trazem registros daquele período, como pode ser percebido nas Figuras 1 e 2, observamos que as roupas utilizadas também evidenciam um distanciamento das representações do skate comparado a um momento posterior, num primeiro deslizamento cultural na sua história, e a tempos mais recentes, quando novas transformações parecem insinuar outra remodelagem nesse universo. Nas mulheres, especialmente, identificamos roupas justas, uniformes para as apresentações, cabelos soltos, bem arrumados ou com penteados, ausência de bonés, de calçados e do jeans… composições estéticas que em nada se parecem com as feições da subcultura que configurou o alicerce da essência skatista.

> Se fosse óbvio o curso da história, o skate seria hoje uma atividade muito próxima à patinação artística, que desde 1977 é reconhecida pelo Comitê Olímpico Internacional (COI) e presente nos jogos pan-americanos e demais competições esportivas de caráter transnacional. No entanto, em função do contexto histórico do período – e pela influência do *surf* na prática do skate – grandes modificações passaram a ocorrer nos rumos dessa profissionalização; desviando seu processo até então verificável de esportivização e normatização institucional (Brandão, 2009, p. 19).

Diferentes fatores contribuíram para o afastamento do skate da prática e do processo de esportivização da patinação artística e, como parte deste movimento, para a intensificação da característica de masculinização de tal prática. Vale lembrar que, embora, houvesse presença feminina atuante em todos os períodos da história do skate – inclusive nos dias atuais –, a participação das mulheres, sobretudo a partir das décadas de 1970 e 1980 quando se proliferaram veículos especializados, não possuía as mesmas visibilidade e propagabilidade da atuação dos homens e, em muitos momentos, havia – e

ainda há – fortes questionamentos sobre a atuação das mulheres, assim como a qualidade de seu desempenho.

Um dos fatores responsáveis pelos caminhos percorridos pelo skate é a influência do surfe que se deve, como falamos, ao fato de alguns de seus primeiros adeptos, surfistas, terem identificado no carrinho feito de madeira sobre rodinhas a possibilidade de proximidade com o surfar nas ondas. Transformando a tábua em algo muito similar a uma prancha, estes mesmos surfistas buscaram no asfalto as sensações, desafios, riscos e prazeres que encontravam no mar, levando a prática corporal para qualquer lugar da cidade. O skate despertou, assim, o interesse de muitos jovens e passou a ser constantemente aprimorado por eles na experimentação do espaço urbano ao explorar novos modos de circular e estar na cidade. Jovens estes que viviam e fomentavam, na segunda metade do século XX, em diferentes países, uma intensa movimentação sociocultural, como frutos e protagonistas, produzindo, mas também sendo produzidas suas subjetividades, no seio de um conjunto de manifestações.

Com a ascensão da juventude e dos movimentos de protesto – um segundo fator de extrema relevância nesse processo –, tanto no Brasil, como fora dele, a prática do skate, portanto, fincava suas raízes ligada à contestação e a uma cultura juvenil que se estabelecia em meio às revoluções culturais que marcaram a sociedade.

Em paralelo, o skate ia se firmando enquadrado no que conhecemos atualmente como esportes radicais. Conforme defende Brandão, um acelerado processo de aprimoramento tanto de técnicas (movimentos, manobras e possibilidades), como de tecnologia (novos materiais para produção das peças e aperfeiçoamento do skate), somado às transformações vigentes, propiciaram uma ramificação das "atividades esportivas em práticas que se desenvolveram ligadas a movimentos juvenis e sem muita relação com os outros esportes de caráter já mais tradicional" (Brandão, 2011, p. 17). Identificamos, portanto, aqui um terceiro fator importante na moldagem do deslizamento histórico da prática e da cultura do skate.

Os esportes radicais se diferiam de outras práticas tidas como tradicionais, surgidas em sua maioria no século XIX, cujo princípio predominante refletia o ideal de sucesso alcançado por meio da técnica, planejamento tático, esforço e disciplina. A cultura dos esportes radicais sempre esteve associada ao desejo juvenil de transgressão das regras, em clara contestação à disciplina de outras modalidades, além de uma incansável busca pelo prazer e pelo risco, característica inerente à juventude, de acordo com Le Breton (2012), como

vimos anteriormente. Como afirma Brandão (2011), a ascensão dos esportes radicais pode ser entendida também como reflexo do movimento contracultural no campo do esporte.

> O skate, concomitante a outros esportes [os radicais, por exemplo], é visto pelo senso comum como sendo perigoso, por envolver riscos físicos (como constantes lesões) e, também, por exigir demasiado esforço e resistência, características que comumente não são associadas às mulheres. No contexto histórico em que está fundamentado, a masculinidade sempre foi tida como referência, com os homens representados na condição de sujeitos (Machado, 2013, p. 2).

Foi a partir do final da década de 1970 e ao longo dos anos 1980, que o skate passou, então, a se distanciar ainda mais do surfe – e da patinação – e a ganhar os traços representativos da cultura punk com todo o seu universo de radicalidade. É também nesse período que se consolida a modalidade *street*, institucionalizada com a criação da Confederação Brasileira de Skate (CBSK) em 1999. Conforme abordado no capítulo anterior, são sedimentados, na essência skatista, a importância da rua, a postura controversa e transgressora, o desbravar da cidade e o explorar dos espaços, incluindo nisso as escadas, corrimãos, bancos e todo e qualquer objeto do cenário urbano que pudesse servir de obstáculo. Apologia fomentada, sobretudo, pela mídia (revistas especializadas, especialmente) e pelo mercado que se apropriavam das construções sociais de uma juventude rebelde e transviada, já que compunha um nicho de mercado lucrativo (Brandão, 2009).

A questão estética é mais uma vez preponderante. O visual dos skatistas dos anos 1980 é alternativo, como relata Brandão, "cores fortes, calças jeans rasgadas, cabelos desgrenhados (...), já não lembra os tons pastéis, os uniformes e a harmonia dos movimentos da patinação artística" (Brandão, 2009, p. 20). Vale lembrar que o universo da aparência é rico e relevante para análise, uma vez que uma das formas mais expressivas de autoafirmação e demarcação de pertencimento é a estética que se revela na construção da aparência, com aparatos, sobretudo, de consumo.

Todos esses fatores combinados levam o skate a se consolidar, dentro do país e fora dele, como uma prática corporal genuinamente de rua, ou melhor, ainda maior do que isso: uma prática cultural singular manifesta em um estilo de vida – tomando de empréstimo a perspectiva de Giddens (2002) e também de Haenfler (2014), como pontuamos anteriormente – que dele faz parte uma

atividade de lazer e/ou esportiva que possui estreita relação com a rua, o lugar do skatista, onde o skate interage e faz interagir praticantes, transeuntes e objetos.

Aqui temos um ponto importante a observar e ressaltar que trata da dicotomia entre o público e o privado e sua relação com diferenciações de gênero. Sob uma perspectiva binária – e reducionista, vale destacar –, as associações construídas nas representações sociais que permeiam, inclusive e principalmente, o senso comum atribuem o público e o domínio da esfera política ao homem e o privado à mulher, em que se tem a esfera doméstica traduzida sobretudo pela maternidade e a responsabilidade com o lar. Tal diferenciação, conforme aponta Sofia Aboim (2012), designa uma hierarquia do masculino sobre o feminino. Hierarquia que, por se constituir culturalmente, age sobre os indivíduos a depender do tempo e do espaço no qual se insere, e, no entanto, perpassa a história da nossa sociedade brasileira e alcança todos os setores da mesma. Desse modo, são comuns ao sujeito masculino a liberdade, a rua, o público, o profissional e a dominação, enquanto as restrições, a casa, o privado, o familiar e a resignação são, por oposição, conferidos às mulheres. Tal dominação masculina se estabelece principalmente, como já apontara Bourdieu (2012), porque produz reconhecimento tanto do sujeito dominante como do próprio dominado.

A distinção de gênero associada à prática do skate fica, na década de 1980, mais flagrante. Para Keith David Hamm (2004), sempre houve mulheres praticando skate, desde seus primórdios. No cenário americano, nos anos 1960 e 1970, havia times femininos representando os EUA, participando de competições e frequentando quase todas as pistas e parques de skate. No entanto, ainda de acordo com a autora, foi nos anos 1980, que os parques deixaram de ser relevantes, as rampas e a modalidade vertical tomaram conta do cenário e o "punk rock" substituiu o – hoje conhecido como – rock clássico e passou a embalar a cultura do skate. É nessa virada que o esporte e a prática passam a ser dominados pelos homens (Ham, 2004).

Um outro deslizamento, a partir dos anos 1990, remodelou a cultura do skate, embora com transformações mais sutis, pela forma como a geração praticante dessa década passou a realizar suas performances sobre as rodinhas do "carrinho"[7]. Sem deixar de ter a cultura punk enraizada na essência skatista, principalmente, no modo de interagir com o espaço urbano, uma vez que a rua ainda é lugar privilegiado para a própria existência e construção da subjetividade dos skatistas, algumas modificações na técnica reconfiguraram a prática, como observa Maurício Bacic Olic.

> Se na década anterior as manobras valorizavam a velocidade e a agressividade como formas estilísticas de apropriação do espaço urbano, a partir dos anos 90 o estilo técnico passou a ser mais valorizado. O *street* incorporou a plasticidade das manobras de giro (como os *flips*, *heelflips*, *varials*, *kickflips*, que consistem em um conjunto de variações de movimentos em que o skate gira em torno de seu próprio eixo) executadas anteriormente só na modalidade *freestyle*, e passou a executá-las nos mais diversos obstáculos de rua (...). (Olic, 2014, p. 83)

Desse modo, velocidade e agressividade, características atribuídas aos esportistas masculinos, vale lembrar, cedem lugar à plasticidade dos movimentos giratórios, embora também bastante radicais, arriscados e desafiadores. Poderíamos inferir aqui que seria este um dos fatores que conduzem a uma reaproximação – ou uma aproximação possível, uma vez que ela nunca se deu por completo – do universo feminino? Não exatamente, já que de maneira isolada não seria suficiente, mas também porque outros elementos essenciais que fazem da cultura do skate, tal qual ela é percebida como masculinizada pela dominação do sujeito central da sua prática, permanecem arraigados na sua estrutura significativa.

Nesse período, ainda segundo Olic (2014), por conta de uma nova afinidade entre skate e estilo musical, neste caso o rap, outra estética juvenil é criada, denominada no campo da moda como *streetwear*. "Roupas largas, coloridas, com desenhos grafitados, calças abaixo da cintura, gorros e bonés compunham este novo visual que contrastava com o visual dos anos 1980 inspirado na cultura punk" (Olic, 2014, p. 84). Mais uma vez a questão estética faz tornarem-se evidentes os deslizamentos culturais e comportamentais, colaborando com e, ao mesmo tempo, consolidando as transformações das representações sociais, dado o próprio caráter flexível e processual destas (Hall, 2016; Moscovici, 2011). Sendo o universo do skate dominado pela atuação, presença e, por conseguinte pelas representações, masculinas, também a estética predominante – não por acaso, mais principalmente porque se torna ponto de referencialidade e artifício de pertencimento – é a do homem, tido como parâmetro de normalidade ou posição central e não problemática, como denomina Guacira Louro (2005) ao refletir sobre as formas que estabelecem as posições de sujeitos numa cultura. Isso, sem dúvida, afeta e pauta diversos setores da vida social, inclusive a arena mercadológica.

Uma fala de Karen Jonz, skatista brasileira pioneira em competições e no alcance de títulos importantes no esporte e uma das responsáveis por fundar

a Associação Brasileira de Skate Feminino (ABSFE), ilustra bem este cenário: "Quando comecei era engraçado, pois não havia nem roupas femininas para praticar, então eu sempre parecia um menino". Em tempos hodiernos, tal fato parece estranho, entretanto em épocas mais remotas o mercado e a construção da noção de universalidade do domínio do masculino naturalizavam fatos como este. Interessante observar que a repetição de uma ideia, do homem como lugar central de referencialidade, acaba por cristalizar a permanência desta mesma ideia, deixando passar desapercebido o caráter construído, o que nos leva a entender como "natural" (Louro, 2005, p. 44).

Conforme defende a pesquisadora Juliana Cotting Teixeira:

> Mais contemporaneamente, assistimos à emergência de um processo de normalização das subjetividades skatistas visando desconectarem-se de seus territórios existenciais instituídos historicamente sobre a figura do sujeito anárquico, punk, contestador e predominantemente masculinizante, a uma subjetividade mais flexível, que se ajusta às modificações dos valores morais do presente de forma a conduzir a sua própria subjetivação. (Teixeira, 2017, p. 2)

A título de exemplo, podemos verificar nos acontecimentos históricos de consolidação e reconhecimento da prática no Brasil a disparidade da relação de homens e mulheres com o skate: apenas em 1995 acontece o primeiro campeonato feminino e em 2000 é criada a Associação Brasileira de Skate Feminino (ABSFE), com a finalidade de promover, incentivar e apoiar a evolução do skate feminino no Brasil. A Associação foi de significativa relevância para regular e fiscalizar campeonatos e eventos, garantindo a criação de categorias femininas para que as skatistas que desejavam participar do torneio não mais precisassem concorrer em categorias masculinas (Almeida & Tonhati, 2018).

O processo de institucionalização, com a criação das confederações, associações, organização de campeonatos e competições, midiatização da prática enquanto esporte profissionalizado e participante de grandes eventos esportivos oficiais, e, como consequência, as amplas visibilidade e popularidade do skate favoreceram um distanciamento da radicalidade enraizada na cultura e nas representações do skatista. Como já discutido no capítulo anterior, profissionalização, reconhecimento e constante presença midiática contribuem para a "familiarização" da prática, inicialmente estranha à sociedade e ao senso comum. Embora tal processo coloque em risco, como acreditam alguns de seus praticantes, a própria essência skatista[8], um certo afastamento da marginalidade e da radicalidade,

ao menos nas representações, propicia uma ideia de universo mais ameno, de um pertencimento possível, o que gera abertura e inclusão de outros sujeitos comumente postos distantes do skate e da cultura na qual almejam se inserir, como é o caso de jovens mulheres ou também as crianças, principalmente se forem meninas. É bastante recente (11/07/2018), por exemplo, um projeto de lei que requer a inserção do skate como prática de educação física no currículo escolar, junto aos já tradicionais futebol, vôlei, basquete etc. (Deputado, 2018). Isso nos permite inferir que uma flexibilização no engessamento desse modo singular de ser do skatista acontece paulatinamente e abre espaço para a descentralização do sujeito dominante e a inclusão de outros sujeitos adeptos, porém invisibilizados[9], como as "minas do skate".

Hoje, no Brasil, há nomes de skatistas conhecidas internacionalmente como Letícia Bufoni, Karen Jonz, Pâmela Rosa, Rayssa Leal, Virginia Fortes, Yndiara Asp, Karen Feitosa, Gabriela Mazetto, Marta Linaldi, Monica Torres, entre outras. Um dado interessante diz respeito ao crescente número de mulheres inscritas em campeonatos internos. O Campeonato Brasileiro de Skate Feminino de 2017, por exemplo, teve mais de 100 garotas inscritas, ultrapassando o recorde mundial do ano anterior, 75 inscritas, em campeonato também realizado no Brasil (Pamboukdjian, 2018).

É interessante observar os deslizamentos do skate – não de modo literal – e entender que é a interação do sujeito skatista com o contexto e as normas sociais vigentes que vai construir a própria subjetividade skatista, em constante negociação, que decorre entre contestação e abertura, com inúmeros fatores de interferência e interdependência nesse processo. Além disso, problematizar o que está estabelecido, especialmente sob forma de discurso – midiático, inclusive – é propor o descontinuar das reproduções dominantes e dar espaço a outras vozes produzidas, que fogem a uma "normalidade", do gênero predominante, por exemplo. Sendo assim, é importante analisar como as mulheres estão negociando espaço e disputando visibilidade nesse campo masculinizado e masculinizante. É o que nos propomos a discutir nos próximos itens.

O coletivo Britney's Crew

"Coletivo de skate feminino que é O Afronta!" é como as "Brits", como são chamadas, apresentam seu coletivo na descrição do perfil no Instagram. Britney's Crew é uma organização de garotas skatistas de diferentes estados brasileiros com o propósito de unir e gerar oportunidades e visibilidade às mulheres skatistas brasileiras, incentivando-as a participar do "corre" e promovendo a prática

pelas mulheres em meio ao universo, predominantemente, masculino do skate. Elas organizam encontros, eventos, campeonatos, *jam seshs*, *go skate days* e *best tricks femininos*, além de produzirem muito conteúdo. De acordo com as próprias Brits, o objetivo é divulgar, incentivar e "empoderar" outras mulheres: "nossa ideia é estar sempre movimentando a cena do skate feminino. Além disso, a *crew* tem uma base por trás de tudo, meninas que estão trabalhando duro para que tudo dê certo" (Thayná Gonçalves em entrevista para o site Tribo do Skate[10]).

Criado em outubro de 2016, no Rio de Janeiro, por duas amigas skatistas (Thayná Gonçalves e Rayane Oliveira), o coletivo é considerado atualmente o maior do Brasil, fazendo parte dele meninas da cidade do Rio de Janeiro, São Paulo, Espírito Santo, Minas Gerais e outros estados. É nos sites de redes sociais, mais especificamente no Instagram, que o coletivo expressa a força das suas produções expositivas, já tendo alcançado 10.000 seguidores[11] em menos de três anos. Mas é no grupo do WhatsApp que elas se movimentam, combinam encontros, trocam informações e experiências, fazem contato para diversos fins e, também, se articulam formando uma grande rede com forte potencial de disseminação e possibilidade de agitar a cena cultural dos espaços por onde circulam.

> Cada vez tem mais meninas chegando e mais meninas se identificando com essa energia feminina de estar junta, de andar de skate junta, de se divertir, de estar aí invadindo os espaços (…). Estava faltando isso na cena do skate do Rio de Janeiro, meninas que fizessem por elas mesmas, que protagonizassem a própria cena, que se filmassem, se fotografassem, sem ficar esperando alguém fazer. (…). Às vezes a dificuldade era de uma menina ter um equipamento (…) e ficar dependendo dos meninos poderem filmar. Só que os meninos, eles acabam que, tipo, priorizam a galera deles. Eles se filmam. Se sobrasse tempo, eles iam lá e filmavam as meninas (Anairam de Leon em entrevista na série documental Viva La Gang[12], 2019).

Quando contam sobre a história do coletivo e como tudo começou, as Brits ressaltam o momento que percebiam viver no Rio de Janeiro: meninas andando isoladas, desanimadas ou talvez não se arriscando a enfrentar sozinhas tanto a insegurança que o ambiente urbano impõe a uma mulher, como a disputa de espaço com os homens nos "picos[13]" e nas pistas. "A cena tava mó fraca, tipo, cada uma andava no seu canto" (Anairam de Leon em entrevista junto com outras Brits para o Xapa Driver, 2018[14]). O propósito inicial, portanto, era incentivar e unir as mulheres e providenciar os encontros. Para isso, com uma câmera na mão, Thayná e Rayane convidaram algumas amigas, em diferentes momentos, para andar e produzir um vídeo que, depois de pouco tempo, foi publicado dando início e certa "oficialização" à formação do grupo.

A proliferação e a forte presença no cotidiano das plataformas de redes sociais da internet fazem destas ferramentas e lugares extremamente propensos e impulsionadores das estratégias de visibilidade, não tomados sob uma perspectiva da superexposição narcísica – como seguem algumas correntes de estudo (Sibilia, 2008; Bruno, 2004; Dal Bello, 2009; Pereira & Bernar, 2011, entre outros) e, inclusive, o senso comum – mas como formas de negociações e dinâmicas específicas que revelam a configuração de novas práticas sociais e comunicacionais distintas, certamente, em cada grupo e contexto social. Soma-se a isso a relevância das imagens na atual sociedade onde a produção é intensa e muitas trocas comunicacionais se estabelecem de forma imagética, nas quais predominam o aspecto e o caráter fundamental da visibilidade – imagens para serem vistas e observadas. Nesse sentido, podemos facilmente perceber que a repercussão do conteúdo de imagens e produções audiovisuais é maior se comparada às antigas ferramentas de blogs com uma produção textual mais significativa – que, diga-se de passagem, é o espaço onde começaram a proliferar manifestações expressivas desta mesma ordem, em busca de visibilidade e reconhecimento.

> A gente sabe que tem coletivos mais antigos… até as "Skateiras" e tal… Só que com as Brits, com esse negócio de filmar, fotografar e o crescimento do Instagram, também ajudou bastante, porque é uma conexão muito forte. Agora, a gente conhece muito mais meninas, depois que a gente começou. Simplesmente o fato de marcar lá na foto, no vídeo… uma vai conhecendo a outra (Anairam em Xapa Driver, 2018).
>
> Toda vez que a gente marca, mais meninas começam a seguir e é mágico, uma vai puxando a outra. (Thais Braga em Xapa Driver, 2018).

Além do Instagram, também o WhatsApp é ferramenta essencial de interações e trocas de informações, como forma de se sentir pertencente e acolhida, facilitando o processo de marcar encontros e ter companhia para andar.

> Tem um grupo das Brits que é um geralzão. Tipo assim, que tem meninas de todos os estados. Aí, a gente pega o telefone da menina, joga lá no grupo e é isso, ela já se encontra, já começa a falar com as meninas, já tem companhia para poder dar um rolê de skate… sabe? Não fica mais naquela de andar sozinha (…). A parada do grupo tá ajudando nisso também porque às vezes a menina chega e posta lá: vou dar um rolê lá na Roosevelt. Aí, chega e já fala: então, também vou colar lá. Porque antigamente, não tinha muito isso, você tinha que falar com uma por uma (fazendo gesto de telefone com a mão). Tendo o grupo, tipo, ajuda. (Anairam em Xapa Driver, 2018).

Por mais que fique evidente que ao longo da história a mulher foi – e ainda é – colocada num lugar de menos destaque no universo do skate, elas não vivenciam tal realidade passivamente; pelo contrário, buscam amplamente mostrar e expressar força contrária a essa produção discursiva que insiste em posicioná-las em patamar de inferioridade e incapacidade.

Sobre um percurso histórico de realizações das skatistas, Anairam entende que outras gerações de mulheres prepararam o terreno para que algum avanço, nessa perspectiva inclusiva, fosse possível, do mesmo modo que elas estão contribuindo para construir um cenário para que outras gerações futuras continuem avançando. Como acredita a skatista: "(...) com o coletivo, como é muita menina junta, é muita menina falando, é muita menina expondo a opinião dela..., isso ganhou uma força e tá começando a ser ouvido" (Anairam em Viva La Gang, 2019).

> A importância do coletivo está, sobretudo, na sensação de empatia e pertencimento, tanto ao grupo, quanto ao lugar. Andar de skate entre as amigas é diferente de estar junto com os meninos, como conta Camila: "Quando eu encontro com elas para andar (…), eu fico muito mais empolgada (…), qualquer coisa que tu aprende, as meninas estão prestando atenção, estão vibrando, estão dando aquele incentivo" (Camila de Alexandre em Xapa Driver, 2018).

O relato de Anairam é ainda mais esclarecedor ao tratar desta questão:

> Eu tive uma *crew* quando eu era mais novinha, logo que eu comecei a andar de skate. Mas eu era, tipo, a única menina da *crew*, sabe? Era um monte de moleque, dos meus amigos e tal… Era irado, eu adorava andar com eles, mas não é a mesma coisa de você andar com meninas. Sabe? Uma puxa a outra, uma inspira a outra. Tem muita menina que, às vezes, fica com vergonha de chegar na pista ou de chegar no pico para andar de skate. E aí, você estando com outras amigas juntas, você fala: f***-se. Sabe? Eu tô aqui com as minhas amigas, vou dar meu rolê. *Você sente que você também pertence àquele espaço*. Você não fica, tipo: *ai, eu tô aqui incomodando os garotos a andarem. Não! Você se sente tanto no direito quanto eles* (Anairam em Viva La Gang, 2019).

Há uma longínqua comparação, reforçada nos diversos discursos, associada à legitimação e à aceitação em função da capacidade e qualidade performática das skatistas mulheres, tendo como referência o homem praticante, o modelo central que normatiza a prática. É interessante observar a entrevista realizada com Patti McGee, na referida revista *Skateboarder Magazine*, e a mesma temática sendo reproduzida mais de 50 anos depois com as meninas do coletivo. À Patti foi perguntado o que ela achava das garotas skatistas, se eram aceitas, afinal,

como afirmou a revista, "muitos dizem que o skate é um esporte masculino[15]". E ainda: "Você acha que as garotas aparecerão tão bem no campeonato quanto os garotos (…)?" Em resposta, Patti afirmou que o esporte e a prática do skate são para ambos, meninos e meninas. Para que garotas se saíssem tão bem quanto garotos em campeonatos bastava treinar também em condição de igualdade, tempo de dedicação por exemplo. No programa Xapa Driver do canal do YouTube da Black Media, no qual cinco meninas, Vitória Mendonça, Thais Braga, Vitória Bortolo, Anairam de Leon e Camila de Alexandre, todas integrantes do coletivo, foram entrevistadas, as Brits aproveitaram o espaço de fala para se queixarem de um dos principais preconceitos que sofrem no universo do skate: questionamento sobre sua habilidade. Vitória Bortolo conta que a frase que as mulheres costumam escutar com mais frequência quando executam alguma manobra é: "Aí sim, hein!". Thais Braga complementa sua fala:

> Mano, a gente não tá pedindo aprovação. "Aí sim" quer dizer: aí sim, tá aprovada. Tem muita gente que duvida, porque se for um cara segurando skate, não vão ter tanta dúvida se a pessoa anda mesmo de skate do que se for uma mulher. Isso daí é claro pra gente (Thais em Xapa Driver, 2018).
>
> Ah! Outro recado que eu quero passar aqui (...) fica muito feio (...) o elogio [fazendo referência às aspas, com um gesto com as mãos]: "Nossa, ela anda demais! Ela anda igual um moleque". Nooooossa [em coro por todas as meninas]. Não falem isso! [apontando o dedo para a câmera dentro do carro]. (Vitória Bortolo em Xapa Driver, 2018)

A fala das Brits nos permite identificar uma primeira categoria performática observada nas exposições das meninas do coletivo de maneira recorrente, a qual denominamos performance expressiva ou expansiva. Além desta, categorizamos as publicações em dois outros tipos que serão desenvolvidos abaixo, são eles: performance de autenticidade skatista e performance feminista. Antes, porém, de entrarmos na análise da atuação performática do coletivo, faz-se necessário estabelecer os parâmetros teóricos que conduzem esta observação e nos fornecem a base reflexiva, tanto para a análise, como para as conclusões alcançadas diante do nosso objeto de estudo.

Performance

O termo performance pode ser empregado em diversas áreas: arte, esporte, tecnologia, relações sociais; e compreendido de formas também distintas: uma modalidade artística, uma qualificação técnica ou desempenho de determinado elemento/objeto e referindo-se à conduta (também chamada

de desempenho) partilhada nas interações sociais. Esta última é a que mais nos interessa neste ponto do trabalho. Partimos, portanto, da compreensão de performance como uma "prática comportamental, relacional, processual e autoconsciente" (Mendonça & Salgado, 2012), que está diretamente relacionada aos modos de expressão e negociação de um sujeito diante de outro(s), realizada a fim de gerenciar as impressões sobre si (Goffman, 2002) nos mais variados contextos sociais dos quais o sujeito participa. Realizar performance é conduzir uma apresentação, um jeito de ser e de agir que evidencia a unicidade do sujeito que realiza o desempenho, ao mesmo tempo em que influencia a percepção e, consequentemente, a ação do outro com quem interage. É nesse sentido que argumentamos, em consonância com Goffman (2002), que o ator social que "performa" gerencia o modo como deseja ser percebido, portanto, a impressão que o(s) outro(s) produz(em) sobre o mesmo.

Assim, a forma como as skatistas do coletivo Britney's Crew trabalham uma impressão desejada em exposições nas suas redes de conexões, tanto on-line como off-line, tecendo com isso suas identidades individuais e do grupo no desdobramento da relação com aqueles que as percebem e com elas interagem, pode ser entendida como performance de suas subjetividades enquanto indivíduos femininos e enquanto grupo de mulheres skatistas.

Como argumentam Thiago Soares e Alan Mangabeira (2012),

> (...) a questão de performatizar – tomando, neste primeiro momento, a performatização como uma lógica de atuação, de se comportar, de agir em determinado ambiente – tem sido cada vez mais enraizada nas nossas relações cotidianas. Podemos pensar, entretanto, que (...) há tensões entre formas de performatizar: nem sempre atuar no real e no virtual pode se configurar em ações que se complementam. Há também lógicas performáticas que se negam, se opõem. Portanto, tentar entender as atuações performáticas em ambientes midiáticos significa apreender que estamos diante de jogos, formas de se posicionar, de agir e que precisam ser entendidas como dinâmicas enunciativas. É na enunciação – num contexto, num ato e numa forma de endereçamento para outrem – que se materializa o questionamento acerca da performance (Soares & Mangabeira, 2012).

As dinâmicas enunciativas são, portanto, formas expressivas e afirmativas intencionais de elaboração do próprio sujeito social, que possui identidade multifacetada, desempenha diferentes papéis e é perpassado pelas contingências intrínsecas a esses espaços ocupados e às implicações de tal pertencimento. Essa

perspectiva vai ao encontro do que sugere Schechner (2013) quando entende a performance pelo "enquanto" (enquanto performance), ou seja, é entender o evento embebido de uma intencionalidade, tendo um objetivo e uma função, mas também observado a partir de determinada perspectiva. Sendo assim, desempenhar uma performance é atuar de acordo com um plano ou um cenário específico, o que conduz a diferentes maneiras de se conceber e compreender um mesmo desempenho.

Analisar as exposições das skatistas nas redes sociais digitais enquanto performance é compreendê-las como formas discursivas dinâmicas e relacionais de construção de identidade, individual e de grupo – simultaneamente neste caso –, partindo de uma premissa analítica que entende que "todas as versões do *self* são, de certa forma, performativas e baseadas em certos quadros de expectativa" – como diz Miller (2011, s/n) sobre o que revelam Goffman e Turkle[16].

Encontramos, então, com essa perspectiva teórica de análise de fenômenos sociais algumas maneiras principais de performar que nos permitiram categorizar as atuações das skatistas em três tipos distintos, porém complementares, de performance[17] como busca de espaço de fala e reconhecimento de pertença, que serão explicados nos itens a seguir.

Performance expressiva ou expansiva

A presença das "minas do coletivo" no espaço masculinizado e masculinizante do skate se concretiza no "corre" das ruas – nos eventos promovidos, nos campeonatos disputados, nas pistas ocupadas –, mas se fortalece e ganha notoriedade na força das conexões em rede, através dos dispositivos tecnológicos tomados como artifícios de visibilidade, expressividade, veículo de mobilização e disputa de espaço. São diferentes canais de comunicação, por vezes segmentados – como é o caso dos diferentes grupos do WhatsApp –, entretanto sob um mesmo grande guarda-chuva que se torna o coletivo, que acolhe interesses, intenções e desejos iguais das meninas na cena do skate. Como afirma Anairam: "Acho que se tornou uma grande rede de conexão entre as meninas (...). No final acaba que tudo se torna uma coisa só, sabe?… porque tá todo mundo pelo mesmo objetivo: andar de skate e se divertir, mas também conquistar esse espaço" (Anairam em Viva La Gang, 2019).

Com uma espécie de slogan ou mesmo grito de guerra – "quem tem, joga!" – que traduz uma necessidade de força e coragem, as Brits vêm "fazendo barulho" na internet de forma a tentar angariar, paradoxalmente, mais espaço

na rua, dito de outro modo, o direito de pertencer e explorar. É uma forma de se fazer presente com presença física e também voz, com corpo e alma, com as dores e os riscos, mas sobretudo com as "manobras insanas", junto com as amigas e todas andando "como meninas", o que significa dizer com coragem e do seu próprio jeito, sem modelo de referencialidade, conforme revela a fala de uma das integrantes: "Eu não preciso tacar que nem homem. Eu sou mulher e vou tacar da mesma forma. Quem tem, joga!" (Vitória Mendonça em Xapa Driver, 2018).

Nesse esforço contínuo e consciente – embora o próprio coletivo tenha começado sem grandes pretensões –, o Britney's Crew garantiu oportunidade de fala para além dos seus próprios canais que já reverberam na comunidade do skate. Ao longo dos três anos de existência, as Brits participaram de entrevistas e reportagens em canais especializados criados e gerenciados por outros produtores pertencentes a esse universo. A chancela de quem já tem voz reconhecida na comunidade é por extensão atribuída àqueles que são chamados e levados à cena garantindo-lhes, além de espaço, legitimidade atribuída à sua fala e exposição.

Alguns exemplos podem ser aqui listados: divulgação de encontro no blog da Cemporcento Skate (maio/2018)[18]; divulgação do grupo no site Tribo Skate (jun./2018)[19]; matéria na revista *Cemporcento Skate* (jun.-jul./2018) com realização de produção fotográfica por uma das integrantes do grupo que faz parte da equipe editorial da revista[20]; entrevista no programa Xapa Driver do canal do YouTube da Black Media (ago./2018); participação com palestra sobre a presença feminina no skate no evento Oi STU Open (nov./2018) – única integrante mulher entre os cinco participantes –; matéria de opinião crítica publicada no site Tribo Skate com texto baseado nas "discussões com todas as integrantes do coletivo" – como consta na referida matéria – (dez./2018); participação em "*talk*" realizado no evento Oi Conexidade organizado pelo Coletivo XV (dez./2018); documentário de uma das integrantes do grupo para o canal do Youtube Viva La Vulva; além de repostagens nos diversos canais de outros coletivos, femininos ou não, de relevância para o grupo de skatistas. Estas foram algumas participações e possibilidades de fala e propagação do grupo e seus ideais ocorridas ao longo do último ano que servem como exemplos do processo de expansão de visibilidade propiciado pelo esforço de expressão do grupo. Tal visibilidade foi facilitada porque uma de suas integrantes, Vitória Mendonça, foi selecionada para fazer parte da equipe olímpica de skate feminino, representando, por um período, o time brasileiro, o que

propicia notoriedade e acesso a canais, de pequeno ou amplo alcance, inclusive da grande mídia (tradicional).

No programa Xapa Driver, o entrevistador começa apresentando as entrevistadas daquele episódio da seguinte maneira: "Depois de muitos comentários, muitas cobranças, Xapa Driver hoje com quem?: com elas! Só menina, hein. Britneys Crew. (...) Quanto mais meninas tiverem andando de skate melhor é para o skate. Eu penso assim, se você não pensa assim... tá na hora de rever seus conceitos, cara" (Lucas Xaparral em Xapa Driver, 2018).

A fala do apresentador deflagra o fato extraordinário que é a presença de mulheres no canal, deixando claro que é necessária essa concessão. Podemos entender tal permissividade como ratificação da dominação e poder masculinos, mas também, ao mesmo tempo, como flexibilização dos dominadores com relação à participação e à permanência do feminino nesse campo de disputas simbólicas, posição que elas vêm reivindicando cada vez mais, sobretudo com ações expressivas nas mídias digitais.

Em consonância com Foucault (2006), entendemos que todo poder e saber são produtivos. A falta de espaço, inclusive discursivo, pertinente às mulheres (o poder que sobre elas exerce a força masculina nesse campo social) gera uma força resistente que leva à ação produtiva, que se concretiza nas ações empreendidas nos meios digitais, mas também na ocupação das ruas, sobretudo, unidas em pequenos grupos organizados através destes mesmos meios digitais.

Outro ponto que deve ser levado em consideração é que no gerenciamento desse desempenho, a audiência tem papel de extrema relevância. Como Dell Hymes (2004) estabelece, o indivíduo que performa assume uma responsabilidade com aqueles que assistem. Isso significa, sob um ponto de vista da cultura, "pertencer a uma 'comunidade de fala' que atribui reconhecimento ao agente na medida em que ele se comporta, executa atividades/ações, regidas por certas normas e regras de conduta" que ordenam as relações dessa mesma comunidade à qual pertence (Mendonça & Salgado, 2012, p. 37-38). A responsabilidade está, portanto, no agir comprometido com ou levando em consideração o(s) outro(s) sujeito(s) envolvido(s) na performance.

Buscando espaço nos canais especializados e relevantes para a comunidade skatista, as Brits gerenciam essa interação com o próprio grupo social do skate, ratificando sua força expressiva, ao mesmo em tempo que contribuem para a construção da realidade de presença nesse universo.

Performance de autenticidade skatista

"Você anda mesmo ou só usa esse skate como desodorante?" Esta é a frase que as Brits dizem ser comum as skatistas escutarem ao caminhar carregando seu skate debaixo do braço pelas ruas. Atitudes, comportamento, estilo de vida e efetiva vivência do andar de skate e da essência skatista são quesitos fundamentais para garantir autenticidade e pertencimento. Como afirma Ross Haenfler (2014), em uma subcultura, para ser autêntico não basta se apresentar como subculturista, com roupas, acessórios e estética pertinentes ao grupo. O reconhecimento e a legitimidade do sujeito estão associados a questões outras – motivações, por exemplo – que acabam por produzir critérios simbólicos de classificação para aquele que se enquadra e o *outsider*. A autenticidade, ainda de acordo com o autor, pode ser entendida como um processo de hierarquias internas e externas, em que disputas e validações são acionadas em muitos momentos.

Em tempos de modernidade tardia (Giddens, 2002), os sujeitos recorrem a uma ampla variedade de recursos materiais e simbólicos nas tarefas que envolvem decisão, construção, autoafirmação, exposição de si, negociação e manutenção de quem se é e deseja parecer ser, "no processo de configuração de um eu valorizado, autêntico e coerente" (Freire Filho, 2005, p. 167). Para Haenfler (2014, p. 83), "a autenticidade requer que realmente sejamos o tipo de pessoa como queremos que os outros nos percebam". Um resultado positivo dessa tarefa, ou seja, o reconhecimento de tal autenticidade, depende dos significados atribuídos pelas pessoas no processo de interação e produção de sentidos compartilhados dentro de um dado grupo social. Trata-se, portanto, de um processo em constante andamento, dito de outro modo, uma construção social (Haenfler, 2014) balizada dentro de cada grupo. O autor argumenta ainda que perseguir executar e julgar a autenticidade é algo essencial para as experiências subculturais.

Desse modo, uma busca por ser autêntico requer constante esforço e elaborações. Como forma de se autoafirmar e ratificar autenticidade, a performance das Brits se dá através de uma intensa produção imagética (Figura 3) nesse espaço específico, o Instagram, onde imagens estáticas e/ou cinéticas são a principal forma de expressão e apresentação de si, atribuindo propagabilidade à disputa por pertencimento ao lugar da prática e da vivência do skate: as ruas. Assim, constroem um estilo de vida e identidade na interação com o olhar do outro, ao mesmo tempo em que buscam negociar a presença e a legitimidade do feminino na cena do skate. Sabemos que a autenticidade do skatista está inscrita na vivência do estilo

de vida fortemente vinculado à sua atuação no corre, nas praças, nos picos e nas pistas. Entendemos, portanto, a autenticidade como um valor e um norteador primordiais que orientam as ações das skatistas, sobretudo as expressões e exposições nas postagens do Instagram, e a rua como o principal aporte que ratifica a legitimidade destes mesmos atos.

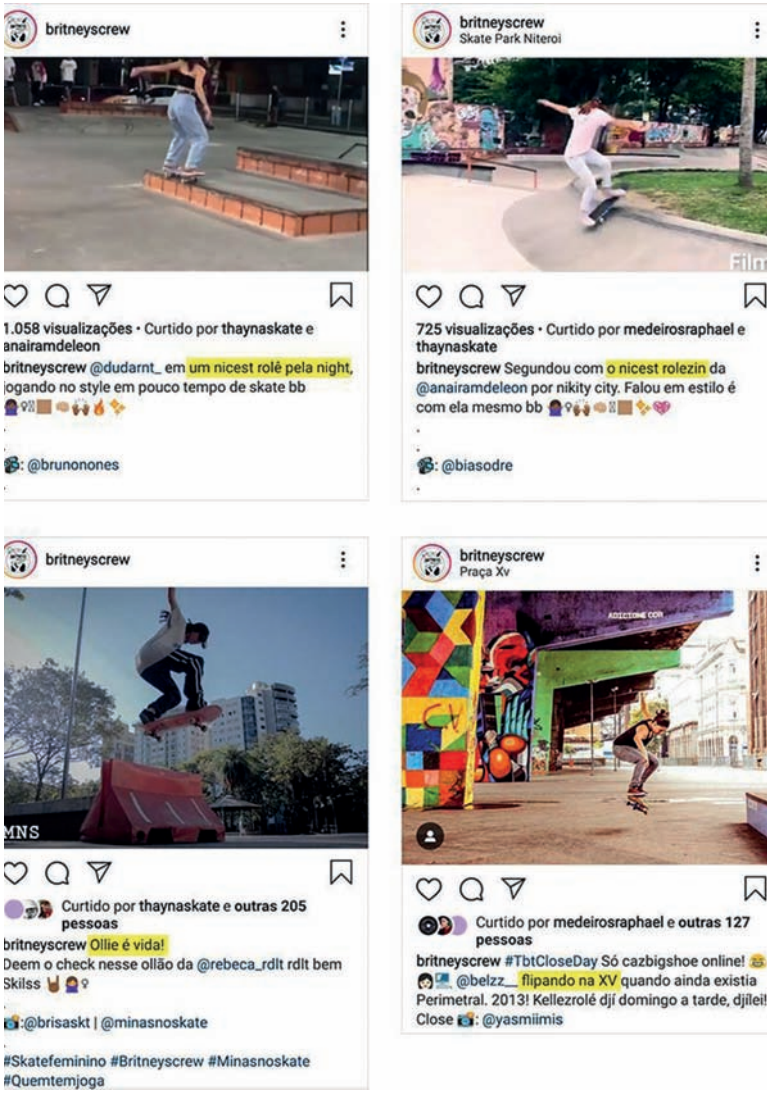

Figura 3. Postagens de fotos e vídeos no Instagram do Britney's Crew que reforçam a presença e ocupação dos espaços nas ruas da cidade e a performance no skate[21].

Cabe ainda ressaltar um outro aspecto interessante. As experiências particulares que um sujeito torna públicas são percebidas como próprias quando alguns mecanismos ou artifícios para se fazer crível são acionados e trazidos para a "encenação" – não no sentido de construção fictícia, mas, como nos termos de Goffman (2002), de atuação no cerne da interação. Nas produções de conteúdos compartilhados do coletivo, fazem parte de tal exposição as falhas, quedas, os riscos e os tombos das meninas, como podemos observar na Figura 4. Aquilo que seria, supostamente, o erro, a falha também é incorporado na performance garantindo autenticidade, uma vez que o perigo iminente da queda é uma das características mais marcantes da prática e constitui a própria essência skatista, que é recheada de risco. Torna-se fácil perceber que tais exposições contribuem para quebrar o paradigma do "sexo frágil", que afasta a mulher das atividades mais arriscadas, uma vez que, como dito anteriormente, o risco e as quedas são situações desassociadas do universo feminino que limitam a atuação das mulheres. Trata-se, portanto, de uma performance de autenticidade que reforça a essência skatista, ao mesmo tempo em que enquadra as mulheres como sujeito passível de pertencer a tal cultura e legitimar-se nela.

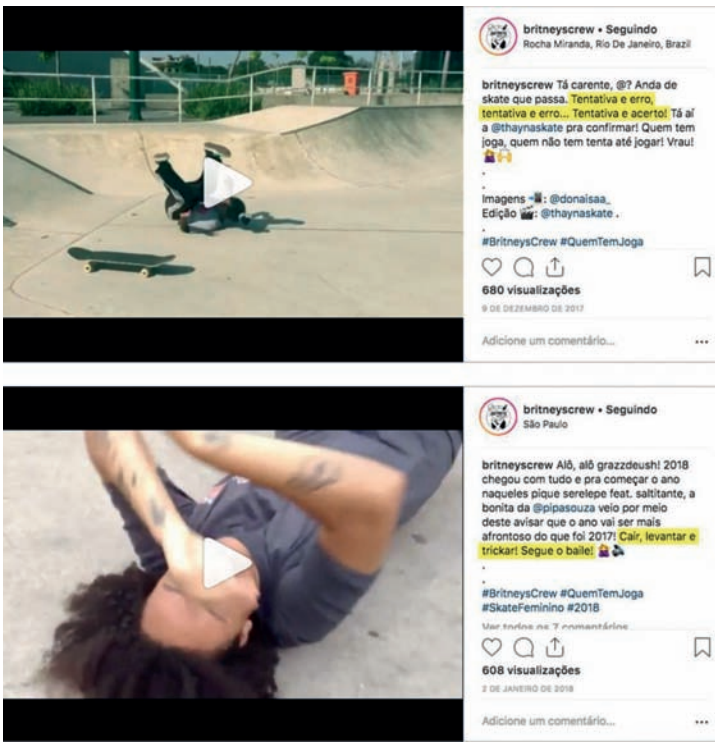

Figura 4. Postagens de vídeos no Instagram do Britney's Crew mostrando falhas e quedas[22].

Performance feminista

O que estamos chamando aqui de performance feminista refere-se às exposições expressivas de valorização da mulher e uma postura contestatória contra a hegemonia masculina tão marcada e notória no universo do skate, mas também em outras esferas do ambiente social no qual as skatistas estão inseridas. É recorrente o uso das redes sociais, sobretudo o perfil do coletivo no Instagram, para manifestações desta ordem. O desempenho empreendido traz concretude ao posicionamento político e discursivo que molda as subjetividades das skatistas, reforçando, por fim, representatividade do feminino no skate e resultando em força influenciadora sobre aquelas e aqueles que se identificam e seguem o perfil.

Uma das principais temáticas que circulou na rede durante o período da pesquisa foi a diferença na premiação de homens e mulheres nas competições de skate, em virtude de uma foto amplamente compartilhada que evidenciava os valores distintos dos cheques simbólicos nas mãos dos campeões (um de cada categoria, feminino e masculino), ao final de um evento em 2017. Sobre o assunto, uma skatista integrante do grupo que possui canal no youtube fez um vídeo para expor sua opinião. Parte dele foi reproduzido no Instagram do coletivo. Na postagem, o início da fala da skatista (Figura 5): "Há meses que usamos os bordões 'atura ou surta' e 'afronta é guerra'. Ser Britney's Crew é questionar e batalhar pela igualdade, sempre foi isso. Meu nome é @thaisgazarra, sou uma Brit e não estou sozinha nessa".

Figura 5. Repostagens no Instagram do Britney's Crew do vídeo publicado por uma das integrantes[23].

No decorrer do vídeo, a skatista continua:

> Eu tomo frente dessa luta porque essa luta é minha. Então, surgiram muitos comentários depois dessa polêmica da diferença da premiação entre o masculino e o feminino. Eu tenho muita coisa pra gente conversar, até porque o skate não é um lugar que você consegue encontrar todas as fontes do mundo na internet. Tem muita coisa que acontece por trás da cortina e que não é divulgado, não tem fonte e como agora é uma assunto nacional eu acho importante a gente colocar todas as cartas na mesa, mostrar o que temos na manga e falar quanta coisa tá errada, quanta coisa a gente pode melhorar (...). Esse é o momento de discutir uma coisa tão importante que já faz muito tempo que eu estou falando que já está acontecendo, mas a gente nunca teve a oportunidade de falar para tanta gente (reprodução do vídeo do Instagram do Coletivo Britney's Crew).

Depois de tamanha repercussão do caso, a marca promotora do evento igualou os valores de premiação dos vencedores das distintas categorias no campeonato seguinte. Anairam credita essa postura da marca às diferentes manifestações e à pressão feita pelo público, feminino em especial, na internet, neste e em outros casos similares. Ela entende que o coletivo das Brits tem importante participação nesse processo:

> O coletivo tá ajudando nisso porque as meninas estão colocando a boca no trombone. A gente vê uma coisa errada, a gente não deixa passar, chega lá e fala. E fala que estava errado mesmo! E isso é legal, que vai abrindo os olhos de outros caras também, que às vezes tem um que nem parou para pensar nisso e acha que tá certo, que tá normal. Eu percebo que a gente está falando o que tá acontecendo e a gente está sendo ouvida (Anairam em Viva La Gang, 2019).

As diferentes ferramentas do Instagram são exploradas como formas de exposição e propagação das skatistas do grupo. De postagens a *Stories*, com recursos de marcação de *hashtag* e perfis, utilizando-se de textos, imagens e vídeos, elas potencializam as chances de ampla proliferação de suas mensagens de contestação, como podemos ver na sequência de imagens publicada com destaque no site da rede (Figuras 6 e 7).

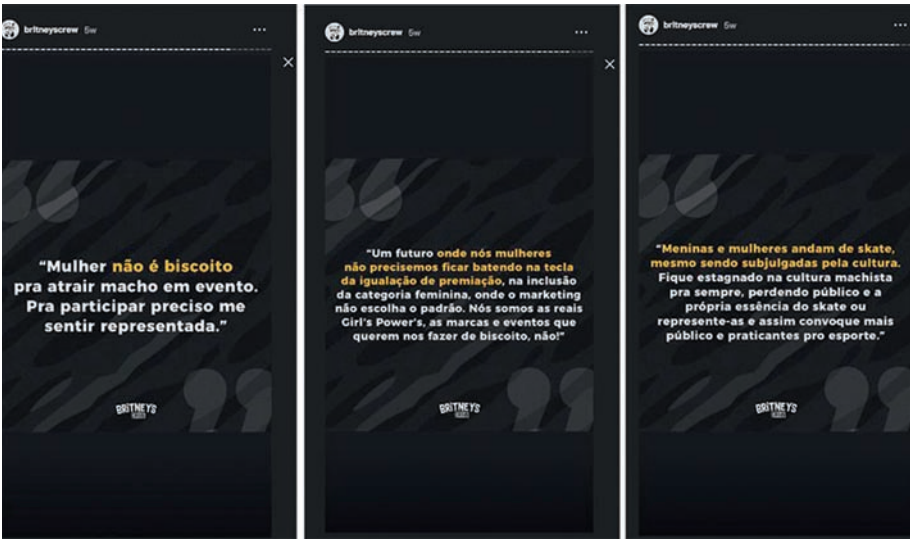

Figura 6. *Stories* com reivindicações feministas[24].

Figura 7. Postagem de protesto sobre o caso da premiação diferenciada das categorias feminino e masculino[25].

Outro ponto relevante de discussão das Brits diz respeito às possibilidades de profissionalização das skatistas e ao reconhecimento do potencial para andar e carregar consigo o nome de uma marca. São poucas as marcas ainda

que patrocinam mulheres no skate ou que têm meninas no time oficial de divulgação da marca. Sobre isso, Anairam também comenta:

> Eu sou a primeira menina da marca da Bolovo e eles tiveram essa intenção de procurar uma menina para botar [no time]. Eles sentiram falta de ter essa representatividade feminina. Eu acho que mais marcas precisam fazer isso também, porque os tempos são outros. Tem muita menina andando de skate. Não vem dizer que, tipo, "ah! não tem menina para minha marca", porque, cara, se você olhar, é muita menina andando de skate, muita menina andando bem. Então não falta nada para ter uma menina na sua marca, se não tem é porque você tá moscando, real. Tá atrasado (Anairam em Viva La Gang, 2019).

Outras manifestações também podem ser observadas no Instagram do coletivo que se enquadram nesta categoria, algumas não polêmicas ou impactantes, mas que reforçam, da mesma forma, o potencial e ressaltam a valorização da mulher. São os eventos exclusivos (ou não) para mulheres, parabenizações por conquistas e/ou feitos exemplares, divulgação do trabalho de outras mulheres ou de outros coletivos e mídias femininos e, até mesmo, a simples exposição do desempenho de alguma menina no skate (Figuras 8 e 9).

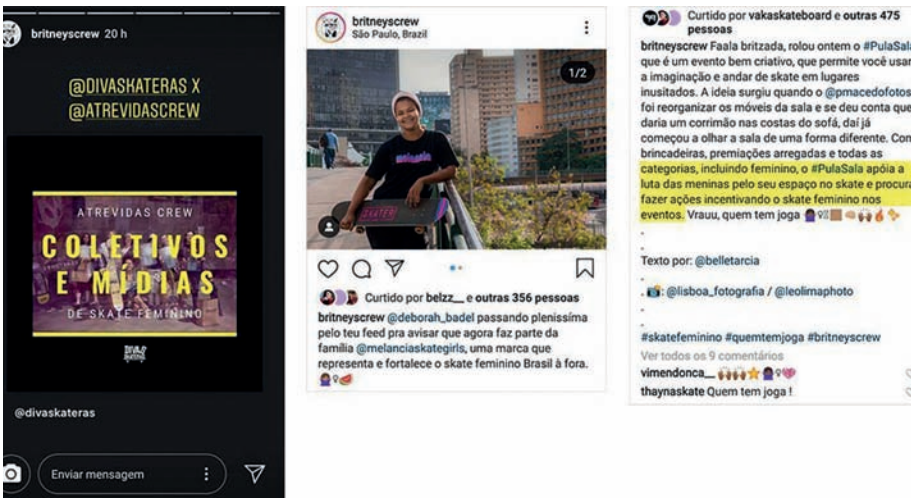

Figura 8. Três postagens que privilegiam skatistas e o skate feminino[26].

Figura 9. Postagem sobre profissionalismo, carreira, skate feminino e mulheres nesse universo[27].

Cabe ainda ressaltar que um posicionamento embasado em perspectiva feminista permite questionar uma ideia de naturalização de gênero, que associa o biológico ao papel da mulher, limitando possibilidades de exercer atividades convencionalmente tidas como masculinas, como determinadas práticas esportivas, conforme discutido anteriormente. A contestação política do coletivo das skatistas, impondo sua presença e participação no skate, contribui para uma quebra de paradigma que associa às mulheres, de maneira imposta e generalizada, atributos de fragilidade, docilidade, submissão, aceitação e vulnerabilidade, incompatíveis com práticas esportivas e de lazer que oferecem risco. As representações do skate vêm sendo paulatinamente ressignificadas e reelaboradas nas manifestações de resistência às estruturas e hierarquia estabelecidas, mesmo interna, paradoxalmente impulsionada pela própria natureza da cultura do skate, com a força do discurso enfático e das produções, sobretudo imagéticas, do grupo que precisa lutar pelo direito ao circular, ocupar o espaço urbano e se afirmar, mesmo dentro do universo em questão.

***

A pesquisa nos conduz à percepção de deslizamentos entre avanços e recuos na direção das transformações no cenário do skate feminino e práticas de caráter inclusivo das mulheres, observadas tanto nas suas ações destas, ao buscarem espaço, visibilidade e representatividade, como nas reações dos próprios sujeitos dominantes desse campo ante a força discursiva feminina. São indícios que evidenciam algumas mudanças e sugerem outras possíveis

transformações na cena masculinizante do skate, constatada de longa data até o momento contemporâneo.

É na ocupação das ruas e das redes que as jovens skatistas estão impondo sua presença física e discursiva. E é nesse cruzamento que autenticidade e reconhecimento se aproximam, numa relação complementar e dependente, ou seja, o segundo assegura a primeira. Elas legitimam a autenticidade skatista no reconhecimento do grupo social e, com isso, desconstroem – ou contribuem com a desconstrução, já que é um processo que está em vias de fato – o bloqueio que ainda impera nesse universo, que renega às mulheres a posição de sujeito social que circula pelas ruas, pratica esportes e/ou atividades de lazer que envolvem riscos e pertence a tribos subculturais, longe dos parâmetros de integridade do feminino alocado no que é da ordem do privado, delicado e maternal, do "mundo cor-de-rosa".

As skatistas do Coletivo Britney's Crew, assim como aquelas que já estiveram e outras que também estão buscando legitimidade e representatividade no universo do skate, com suas ações, estão performando movimentos nas redes – digitais – para ratificar o direito às ruas. Com uma produção discursiva, que é também política, por meio de diferentes tipos de performance, as meninas parecem contribuir para a emergência de um cenário mais aberto e flexível na subcultura do skate, que faz com que, ainda de maneira insinuada, a representação do skatista se distancie da ideia socialmente construída de um sujeito associado – somente – ao punk, contestador, rebelde e predominantemente masculino e ganhe ares de atualização na possível flexibilização desse campo com a presença e a legitimação do feminino.

Referências

ABOIM, Sofia. Do público e do privado: uma perspectiva de género sobre uma dicotomia moderna. *Revista Estudos Feministas*, Florianópolis, v. 20, n. 1, p. 95-117, maio 2012. ISSN 1806-9584. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/ref/article/view/S0104-026X2012000100006>. Acesso em: 17 jan. 2019.

ALMEIDA, Diego; TONHATI, Natália. Elas quebram tudo, inclusive o preconceito. *Digitais PUC-Campinas*, Campinas, 19 jul. 2018. Seção Especiais. Disponível em: <https://digitais.net.br/2018/07/elas-quebram-tudo-inclusive-o-preconceito/> Acesso em: 17 jan. 2019.

BITENCOURT, Valéria; AMORIM, Simone. Esportes radicais e de aventura. In: DA COSTA, Lamartine (Org.). *Atlas do Esporte no Brasil*: atlas do esporte, educação física, e atividades físicas de saúde e lazer no Brasil. Rio de Janeiro: Shape, 2005. p. 409-421. Disponível em: <http://www.atlasesportebrasil.org.br/textos/113.pdf> Acesso em: 10 jan 2019.

BOURDIEU, P. *A dominação masculina*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2012.

BRANDÃO, Leonardo. *A cidade e a tribo skatista*: juventude, cotidiano e práticas corporais na história cultural. Dourados: Editora UFGD, 2011.

_____. Histórias esquecidas do esporte. *Conexões*: revista da Faculdade de Educação Física da Unicamp, Campinas, v. 7, n. 2, p. 13-23, maio/ago, 2009.

BRITTO, Eduardo. *A Onda dura*: 3 décadas de skate no Brasil. São Paulo: Gráfica Círculo, 2000.

BRUNO, Fernanda. A obscenidade do cotidiano e a cena comunicacional contemporânea. *Revista FAMECOS*: mídia, cultura e tecnologia, Porto Alegre, v. 11, n. 25, p. 22-28, dez. 2004. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/3280> Acesso em: 10 set. 2016.

DAL BELLO, Cíntia. *Cibercultura e subjetividade*: uma investigação sobre a identidade em plataformas virtuais de hiperespetacularização do eu. 2009. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Semiótica), Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2009.

DEPUTADO federal propõe skate no currículo escolar. *Tribo skate*, São Paulo,17 jul. 2018. Disponível em: <https://triboskate.ativo.com/noticias/skate-no-curriculo-escolar/> Acesso em: 16/01/2019.

FIGUEIRA, Márcia Luiza Machado. *Skate para Meninas*: modos de se fazer ver em um esporte em construção. 2008. 247 p. Tese (Doutorado em Ciências do Movimento Humano), Escola de Educação Física, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/13203> Acesso em: 4 jan. 2019.

FOUCAULT, Michel. Estratégia, poder-saber. *Ditos e escritos IV*. Organização e seleção de texto: Manoel Barros da Motta. 2ª ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2006.

FREIRE FILHO, João. "Seja diferente. Seja você": Romantismo, Pós-Feminismo e Consumismo nas Páginas da Revista *Capricho*. *Logos Comunicação & Universidade*, Rio de Janeiro, v. 1, n. 22, p. 166-185, 2005. Disponível em: <http://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/logos/article/view/15309/11595> Acesso em: 3 nov. 2017.

GIDDENS, Anthony. *Modernidade e identidade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed. 2002.

GOFFMAN, Erving. *A representação do eu na vida cotidiana*. Petrópolis: Vozes, 2002.

HAENFLER, Ross. *Subcultures:* the basics. New York: Routledge, 2014.

HALL, Stuart. *Cultura e representação*. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio: Apicuri, 2016 [1997].

HAMM, Keith D. *Scarred for life*: eleven stories about skateboarders. San Francisco: Chronicle Books, 2004.

HYMES, Dell. Breakthrough into Performance. In: _____. *"In vain I tried to tell You."* Essays in Native American Ethnopoetics. USA: Nebraska University, 2004. p. 79-141.

LOURO, Guacira. Currículo, gênero e sexualidade – o "normal", o "diferente" e o "excêntrico". In: LOURO, Guacira; GOELLNER, Silvana; FELIPE, Jane. Corpo, gênero e sexualidade: um debate contemporâneo na educação. Petrópolis: Vozes, 2005.

MACHADO, Giancarlo Marques Carraro. As mulheres e o "carrinho": gênero e corporalidade entre as skatistas. Seminário Internacional Fazendo Gênero 10, 2013, Florianópolis. *Anais…* [recurso eletrônico] Florianópolis: 2013.

MENDONÇA, Carlos; SALGADO, Tiago. Felipe Neto em performance no youtube: uma responsabilidade mútua entre performer e audiências. *Revista Comunicação Midiática*, Bauru, v. 7, n. 3, p. 31-50, set./dez. 2012. Disponível em: <http://www2.faac.unesp.br/comunicacaomidiatica/index.php/comunicacaomidiatica/article/viewArticle/260> Acesso em: 10 out. 2016.

MILLER, Daniel. *Tales from Facebook*. Cambridge: Polity Press, 2011. E-book.

MOSCOVICI, Serge. *Representações sociais*: investigações em psicologia social. Petrópolis: Ed. Vozes, 2011.

BACIC OLIC, Mauricio. Das ruas para os Jogos Olímpicos? Dinâmicas em torno da prática do skate. Campos – *Revista de Antropologia*, [S.l.], v. 15, n. 1, jun. 2014. ISSN 2317-6830. Disponível em: <https://revistas.ufpr.br/campos/article/view/43208/26448>. Acesso em: 14 dez. 2018.

Pamboukdjian, Armen. A força do skate feminino brasileiro. *CemporcentoSKATE*, São Paulo, 2 mar 2018. Disponível em: <http://www.cemporcentoskate.net.br/blog/a-forca-do-skate-feminino-brasileiro> Acesso em: 4 jan. 2019

PEREIRA, Heloisa Prates; BERNAR, Lígia Isis Pinto. A superexposição de si como tendência no ciberespaço. *EntreMeios,* Rio de Janeiro, v. 8, n. 8, nov. 2011.

SCHECHNER, Richard. *Performance Studies*: an introduction. 3 ed. Londres e Nova York: Routledge, 2013.

SIBILIA, Paula. *O show do eu*: a intimidade como espetáculo. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

SILVEIRA Viviane Teixeira; VAZ Alexandre Fernandez. Corpo feminino no esporte: entre heterossexualidade compulsória e lesbofobia. *Revista Brasileira de Ciências do Esporte* (CBCE), Florianópolis, v. 36, n. 2, supl., p. S212-S222, abr./jun. 2014. Disponível em: <http://revista.cbce.org.br/index.php/RBCE/article/view/2128> Acesso em: 4 jan. 2019.

SOARES, Thiago; MANGABEIRA, Alan. Alice através...: televisão, redes sociais e performances num produto televisivo expandido. *Contemporânea:* revista de Comunicação e Cultura, Salvador, v. 10, n. 2, maio/ago. 2012. Disponível em: <https://portalseer.ufba.br/index.php/contemporaneaposcom/article/viewFile/6130/4390> Acesso em: 1 nov. 2017.

TEIXEIRA, Juliana Cotting. Skate street e devires minoritários: (des)territórios do sujeito skatista. Seminário Internacional Fazendo Gênero 11 & 13th Women's Worlds Congress, 2017, Florianópolis. *Anais…* [recurso eletrônico] Florianópolis: 2017.

Notas

1 Exibição e/ou disputa da melhor manobra no skate.

2 De acordo com a mais recente pesquisa realizada pelo Instituto Datafolha em 2015, a pedido da Confederação Brasileira de Skate (CBSk), dos aproximadamente 8,5 milhões de skatistas, 81% são homens e 19% mulheres. Isso significa um salto de 10%, em 2009, para 19%, que em números absolutos são 1.600.000 (um milhão e seiscentas mil) mulheres andando de skate. Este número certamente aumentou, mas não há dados oficiais mais atuais que confirmem isso. Fonte: <https://triboskate.ativo.com/noticias/datafolha-atualiza-para-85-milhoes-o-numero-de-skatistas-no-brasil/> Acesso em: 16 jan. 2019.

3 *Tricks* (ou *skateboarding tricks*) são manobras realizadas no skate que variam de forma e grau de dificuldade.

4 Gíria que significa "muito boa".

5 Fontes (da esquerda para a direita, de cima para baixo): 1. *Sounds of Two Eyes Opening – Southern California Life: Skate/Beach/Punk* 1969-1982 (2014), livro de fotos do fotógrafo Spot, editado por Johan Kugelberg; 2 e 3. Revista *Skateboarder Magazine*, v. 1 n. 3, ago. 1965, p. 32; 4. <https://asminanahistoria.wordpress.com/2015/11/18/pioneiras-skate-surf/>; 5. <http://www.skatecuriosidade.com/bizarro/skate-gymnastic-style>; 6. <https://longboardgirlscrew.com/2013/01/ellen-berryman-skateboarding-legend/> Acesso em: 10 jan. 2019.

6 Fontes (da esquerda para a direita): 1. Revista *Skateboard Magazine*, v. 1, n. 4, out. 1965; 2. Revista *Life*, v. 58, n. 19, maio 1965.

7 Carrinho é outro nome com que era chamado o skate.

8 Sabemos que, além de questões mais existenciais e subjetivas, uma das principais preocupações dos skatistas com relação à institucionalização da prática está relacionada ao fato de os próprios skatistas perderem o controle das suas produções. Esse assunto não está sendo abordado aqui, pois nosso foco de interesse está voltado menos para os processos de esportivização e mais para a cultura que se desenvolve e desenrola nas ruas, embora seja inevitável a interferência mútua de ambos os processos e por isso não deve ser desprezado.

9 Sobre a invisibilidade, mas não inexistência, da mulher no universo do skate, Márcia Luiza Machado Figueira (2008) tem um trabalho rico e seminal que busca, nos rastros historiográficos das construções discursivas do skate, entender a relação entre as mulheres e o skate no Brasil, um universo predominantemente dominado pelo homem, como abordamos aqui, sobretudo nas práticas discursivas e midiáticas. Para saber mais, ver Figueira, 2008.

10 Disponível em: <http://triboskate.ativo.com/noticias/britneys-crew-meninas-superpoderosas/> Acesso em: 10 jan 2019.

11 Dados do Instagram. Disponível em: <https://www.instagram.com/britneyscrew/> Acesso em: 10 jan 2019.

12 Viva La Gang é uma série documental do canal de mídia feminina independente no YouTube Viva La Vulva, que reúne em entrevistas mulheres criativas e inspiradoras no Rio de Janeiro. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?feature=youtu.be&v=-TlGr66Nj0s&app=desktop> Acesso em: 18 jan. 2019.

13 Pico é uma gíria que significa lugar, ponto de encontro.

14 Xapa Driver é uma produção do canal de mídia independente especializada em Skate no YouTube chamado Black Media, com mais de 52.000 inscritos, no qual são realizadas entrevistas com apresentador e convidado(s) dentro do carro. A entrevista com algumas garotas do Britney's Crew foi postada em 3 ago. 2018. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=EBr0jF8R1Js> Acesso em: 10 jan. 2019.

15 Tradução livre do original: "*How do you feel about girl skateboarders – are they accepted? After all, a lot of people say skateboarding is a boy's sport?*" (Revista *Skateboard Magazine*, v. 1, n. 4, out. 1965).

16 Tradução livre do original: "all versions of the self are to some degree performative and based on certain frames of expectation" (Miller, 2011, s/p – ebook).

17 Tipos diferenciados apenas para efeito de análise, uma vez que, de alguma forma, estão relacionados e não se separam de maneira tão demarcada, servindo, portanto, somente como critério analítico.

18 Disponível em: <http://cemporcentoskate.uol.com.br/blog/britneys-crew-em-sao-paulo> Acesso em: 1 out. 2019.

19 Disponível em: <http://triboskate.ativo.com/noticias/britneys-crew-meninas-superpoderosas/> Acesso em: 1 out. 2019.

20 Vale lembrar que a presença feminina nas mídias especializadas, como revistas por exemplo, ainda é significativamente menor do que a dos homens. A primeira revista a apresentar uma matéria de capa com uma skatista mulher foi a *Tribo Skate* com Patiane Freitas em 2005. No ano seguinte, foi a vez da revista *Cemporcento Skate*, em edição comemorativa de número, trazendo matéria com Eliana Sosco. Desta revista, a segunda capa cuja imagem era de uma skatista foi apenas em março de 2010, com Letícia Bufoni.

21 Postagens publicadas nas datas (da esquerda para a direita, de cima para baixo) 1. 25/09/2018; 2. 17/09/2018; 3. 14/09/2018; 5. 31/01/2019; todas as postagens podem ser encontradas no link instagram.com/britneyscrew/. Acesso em jun./2020.

22 Postagens publicadas nas datas (de cima para baixo) 1. 09/12/2017; 2. 02/01/2018; todas as postagens podem ser encontradas no link instagram.com/britneyscrew/. Acesso em jun./2020.

23 A postagem pode ser encontrada no link instagram.com/britneyscrew/. A data de publicação foi 30/01/2018. Acesso em jun./2020.

24 A Figura foi retirada do *story* feito no link instagram.com/britneyscrew/.

25 A postagem pode ser encontrada no link instagram.com/britneyscrew/. A data de publicação foi 02/12/2018. Acesso em jun./2020.

26 A primeira imagem é de um *story* que foi publicado na página Britneyscrew no Instagram: https://www.instagram.com/britneyscrew/ (com acesso em 09/01/2019). As duas outras imagens são de um post da página Britneyscrew no Instagram: https://www.instagram.com/p/BoB66kfHZoz/ (data de publicação em 22/09/2018 e acesso em 06/03/2019).

27 A postagem pode ser encontrada na página Britneyscrew no Instagram, através do link https://www.instagram.com/p/BtGdcN-B4m9/ (data de publicação e acesso em 26/01/2019).

Capítulo 3

Da molecada ao tiozão: skate e trocas geracionais

Marcelo Mocarzel e *Juliana Müller*

A adesão a grupos sociais cujos valores, práticas e comportamentos propiciam a seus participantes alternativas a um modo de vida tido como convencional – grupos, esses, aqui denominados *subculturas* – é frequentemente apontada como conduta intrínseca a um momento particular de uma trajetória de vida: a juventude (Haenfler, 2014, p. 27). Simultaneamente, é notória a centralidade ocupada por uma certa concepção de juventude nas relações sociais contemporâneas: associado à "modernidade, liberdade, felicidade, amizade, sociabilidade, beleza, entre outros" (Rocha e Pereira, 2009, p.98), o estilo de vida jovem se desdobra em formas de expressão, comunicação e definição identitária que pautam os hábitos de indivíduos pertencentes a distintas faixas etárias; e que podem, ainda, ser compreendidas como potenciais mediadoras da interação entre pessoas de diferentes gerações (Müller, 2018, p. 91).

Neste capítulo, pretendemos justamente aprofundar o conhecimento sobre o universo dos skatistas no que se refere à ideia de juventude (a) como construção social que se estende para além de uma divisão entre faixas etárias específicas e (b) como ponto de convergência entre indivíduos que representam variadas gerações. Buscamos identificar a existência de trocas geracionais não somente em termos de aproximações, como também da possível formação de conflitos entre indivíduos de diferentes idades que se encontram nos espaços públicos dedicados à prática do skate. Para isso, integramos o grupo de pesquisa – em sua maioria, autores deste livro – que visitou quatro destes espaços, todos situados na cidade do Rio de Janeiro: (1) a Praça XV, no Centro, que nos pareceu munida de um certo valor simbólico junto a muitos praticantes, por se tratar de um local considerado, de fato, por eles conquistado: uma licença por parte da prefeitura, no ano de 2016, oficializou a prática no local[1], onde skatistas instalaram obstáculos físicos que auxiliam suas manobras; na Praça XV também realizam-se eventos esporádicos que reúnem grupos de skatistas, tais como o que acompanhamos e que será descrito a seguir; (2) a Praça do Ó, na Barra da Tijuca, onde as pistas de skate foram reformadas, no ano de 2017, com o apoio de uma empresa do setor privado; em contrapartida, a mesma empresa se utilizou do local para

realizar alguns campeonatos de skate em que era identificada como a principal patrocinadora; (3) uma das pistas de skate no bairro da Lagoa, na Zona Sul da cidade; e (4) o Parque Madureira, inaugurado em 2012 e ampliado em 2015, que se tornou um dos locais mais amplos entre os destinados à prática do skate naquela cidade. Durante este trabalho de campo, identificamos como propícia a realização de uma análise sobre as trocas geracionais estabelecidas neste universo; em outras palavras, como a cultura do skate se mostra capaz de favorecer a convivência social entre praticantes de diferentes idades.

A questão geracional nos saltou aos olhos já na Praça XV, primeiro local visitado ao longo da pesquisa de campo: entre os praticantes do skate, observamos pessoas de todas as idades, de crianças àquelas já com cabelos brancos; notadamente, era predominante o público masculino, em que os que aparentavam já possuir idade para serem pais muitas vezes carregavam crianças no colo, ou davam as mãos para outras um pouco mais velhas. Um evento que contava com barraquinhas para a venda de comes e bebes, roupas e objetos de arte, e ambientado com música fornecida por caixas de som – cujo repertório oscilava entre rock, rap e hip-hop – reunia diversos skatistas naquela tarde de domingo. Ainda no mesmo evento, um espaço demarcado, como uma espécie de "corredor", era destinado à demonstração de manobras por parte de skatistas que pareciam efetivamente representar distintas faixas etárias. Um narrador, com microfone à mão, informava o nome dos skatistas que se apresentavam e descrevia suas respectivas manobras; de vez em quando, também lembrava ao público sobre a importância de conservar aquele local limpo e não deixar lixo espalhado pelo chão. Mas não mencionou a existência de nenhum patrocinador. Não havia exposição de marcas entre os objetos à venda, bem como não foi notada nenhum tipo de sinalização por parte de marcas ou empresas que, possivelmente, teriam colaborado com a organização do evento.

Ao circular pelas barraquinhas, ouvimos que a maioria daquelas roupas e objetos era confeccionada e comercializada em pequena escala, por alguns dos próprios skatistas; e que essa seria uma forma não só de produzir roupas adequadas à prática, como também de fornecer ao grupo uma certa independência relativa à produção por parte de grandes marcas. Era também uma possibilidade de garantir o sustento financeiro (ou parte dele) a partir de uma atividade positiva em torno da prática do skate – uma "filosofia de vida", como muitos nos disseram. Durante as breves conversas que tivemos com alguns presentes, também nos foi dito que a exposição de grandes marcas não era permitida naquele tipo de evento: se uma empresa fornecesse algum apoio – como, por exemplo, pagar o aluguel da aparelhagem de som – a "propaganda" estaria restrita ao boca a boca entre os praticantes.

Estes foram alguns dos indícios que nos permitiram qualificar os skatistas como um grupo rodeado por certos valores e comportamentos pautados na produção de alternativas a um modo de vida convencional; e, ainda, que tais valores e comportamentos favorecem – ou pelo menos, convivem – com as trocas geracionais. Foi a partir daí que unimos os achados do campo a aportes teóricos, bem como buscamos referenciais em algumas de nossas próprias pesquisas anteriores, para formular questões ligadas às noções de idade, juventude e geração entre os praticantes do skate.

Analogias entre idade, juventude e geração

Pais (2009), Groppo (2000), Rocha e Pereira (2009) são alguns dos autores que entendem a idade como algo cada vez mais descolado do estilo de vida. Em outras palavras, alguém pode ser considerado jovem ou velho menos pela idade que possui, e mais com base em seus hábitos, comportamentos e posicionamentos, na medida em que ocupa ou deixa de ocupar determinado lugar no meio social. É nesse sentido que a concepção contemporânea sobre o que é "ser jovem" extrapola o conceito da idade cronológica, e se desdobra em formas de viver que se espalham entre indivíduos de distintas faixas etárias e, assim, tornam-se capazes de aproximá-los nas mais diversas situações que envolvem o convívio social:

> Os adultos já não apenas controlam, eles *consomem* a juventude. (...) Consumindo a juventude e seus estilos de vida, os pais se parecem cada vez mais com seus filhos, os avós com seus netos. Ainda que a alteridade se mantenha, já que a disputa pelo poder e pelo controle faz parte de toda dinâmica social, o que marca a relação entre as gerações já não é mais o conflito. O embate tão inspirador das forças antagônicas, que foram fundamentais para os movimentos políticos e culturais que conduziram os caminhos do mundo em décadas passadas, foi substituído pela tendência de aproximação entre gerações. Se, antes, os adultos estabeleciam regras para a juventude, hoje ela é a regra. (Rocha & Pereira, p. 100).

Groppo (2000, p.20) ressalta que a própria definição de faixas etárias, inerente tanto ao conceito de geração quanto ao de juventude, já representa em si mesma uma construção social e "jamais um dado puro e simples da natureza". Nesse sentido, constata que "O que temos, na verdade, tanto no conceito de juventude quanto no de geração, é a possibilidade de se criarem representações e relações sociais derivadas de outras relações e representações sociais.

No caso, relações e representações socialmente estabelecidas a indivíduos e grupos definidos como jovens" (Groppo, 2000, p. 20-21). Entende-se, dessa forma, que o autor pretende destacar que as perspectivas inerentes às concepções contemporâneas de juventude e geração, enquanto construções sociais, já decorrem, por si só e em certa medida, de outras construções sociais, tais como o estabelecimento prévio de faixas etárias.

O debate acerca das diferenças entre as gerações não é novo: Karl Mannhein inaugura a Sociologia da Juventude nos anos 1920, com o texto "O problema das gerações". O autor criticava tanto o positivismo francês – que entendia a geração como um ritmo histórico pautado pela biologia – quanto o romantismo alemão, que, apesar de mais próximo de seu pensamento, não estabelecia critérios objetivos para análise dos grupos sociais. Segundo Mannheim ([1952]1998, p. 165), os "grupos sociais concretos", como a tribo e a família, se diferenciam dos "grupos de associação", pelos laços vitais e pela vontade.

Feixa e Leccardi (2010) apontam que a noção de geração foi desenvolvida em três momentos históricos, com quadros sociopolíticos particulares: nos anos 1920, período compreendido entre as grandes guerras mundiais, a partir de uma perspectiva de revezamento geracional (sucessão e coexistência de gerações); nos anos 1960, sobretudo após as revoltas estudantis de 1968, em que se volta à questão do problema ou conflito geracional; e nos anos 1990, com a chegada da sociedade em rede e das tecnologias digitais, quando se começa a pensar a questão da sobreposição geracional, em que os hábitos e estilos de vida se tornam analiticamente preponderantes às determinações biológicas.

Apesar dessa perceptível desconexão entre idade e estilo de vida, o caráter biológico ainda é relevante, na medida em que é socialmente aceito como ferramenta de agrupamento. Nas pesquisas quantitativas, por exemplo, o corte etário serve de nexo causal para agrupar pessoas. Portanto, por mais que tenhamos a compreensão sociológica da mudança de perspectiva de uma classe de idade para uma categoria social, como aponta Groppo (2000), não podemos abandonar a categorização etária por completo, porque isto nos dá informações importantes para analisarmos as próprias contradições do campo.

Assim, a ideia de geração adotada neste capítulo refere-se a "um grupo de pessoas com faixa etária similar, e sobre as quais certas particularidades do contexto histórico, social e cultural em que vivem ou viveram são capazes de potencializar o surgimento e a vivência de algumas experiências comuns que, de alguma forma – e mesmo que haja múltiplas variações nessa forma – marcam suas próprias trajetórias de vida" (Müller, 2018, p. 98)

Fizemos uso do conceito proposto por Mannheim ([1952]1998), citado no estudo de Groppo (2000, p. 21) como "unidades de geração". Segundo este autor, é preciso desmistificar o caráter natural das faixas etárias. De acordo com Mocarzel (2017), ao abordar a questão geracional, Mannheim já apontava para a necessidade de abandonar a oposição entre o objetivismo e o subjetivismo. Ou seja, tanto o caráter biológico como o sociológico importam na identificação e na análise das gerações. Weller (2010) complementa, indicando que Mannheim chamava a atenção para o fato de que o pertencimento a uma geração não pode ser deduzido imediatamente das estruturas biológicas.

Outro aspecto inovador da teoria de Mannheim foi a articulação entre a situação geracional e a situação de classe, indicando que a posição ocupada pelos indivíduos no âmbito sócio-histórico se relaciona com as questões geracionais. Segundo Weller (2010, p. 211), o autor aponta cinco aspectos que distinguem uma sociedade marcada por mudanças geracionais de uma sociedade utópica e imaginária, ampliando assim a visão sobre a situação geracional:

1. a constante irrupção de novos portadores de cultura;
2. a saída constante dos antigos portadores de cultura;
3. a limitação temporal da participação de uma conexão geracional no processo histórico;
4. a necessidade de transmissão constante dos bens culturais acumulados;
5. o caráter contínuo das mudanças geracionais.

Ou seja, esse caráter contínuo das mudanças geracionais possibilita que a análise sociológica de Mannheim seja compreendida a partir de suas relações com o meio social, os sexos, a faixa etária, entre outras categorizações. "Tal perspectiva é ainda mais evidente quando uma geração passa a ser concebida não somente em distinção às outras gerações ou às posições geracionais, (...) mas também em relação aos aspectos em comum existentes entre os membros de uma conexão geracional" (Weller, 2010, p. 218).

Mais achados do campo

Nas entrevistas que realizamos, a questão geracional era um entre diversos temas abordados. Ou seja, não foram realizadas entrevistas em profundidade sobre a questão geracional especificamente, mas buscamos coletar informações relevantes acerca do tema, sobretudo quando esta era mencionada espontaneamente pelo entrevistado. Isso aconteceu em algumas ocasiões.

Quando pensamos no skate e em seus praticantes, normalmente o associamos a adolescentes e jovens, na medida em que ele traz caraterísticas

inerentes à juventude. Como já vimos, o skate guarda ainda alguma associação com a ideia de marginalidade, em seu sentido etimológico: algo à margem da sociedade, fora do *mainstream*, na ordem estabelecida, de certa maneira subversivo. Quando Hobsbawm (1995, p. 294) afirma que "Os grupos jovens, ainda não assentados na idade adulta estabelecida, são o lócus tradicional da alegria, motim e desordem", ele justifica essa relação feita entre skate e juventude. Poderíamos dizer, sem contestações, que o skate é também lócus da alegria, motim e desordem. Assim, o que surpreende é encontrarmos tantos adultos andando de skate e se relacionando nos espaços sociais dedicados a ele.

No Parque Madureira, por exemplo, na entrevista realizada em 02 de setembro de 2017, encontramos dois adultos, ambos com 39 anos, imersos ao grupo de praticantes da modalidade. Os dois eram moradores do bairro e, quando confrontados sobre seu relacionamento com os adolescentes, foram enfáticos respondendo que não há barreiras etárias para se relacionarem.

> Você não viu, a molecada chegou aí, mais nova (Thiago, 39, Madureira).
>
> Eu tenho amigos aqui que têm amigos, que têm 15 anos. Que fiz aqui (Mário, 39, Madureira).

Essa é uma primeira evidência de campo sobre as trocas geracionais. Fica sugerido que o ambiente do skate é um facilitador de trocas, na medida em que os praticantes possuem em comum o gosto pela prática. Bourdieu (2013, p. 225), ao falar sobre a distinção e a questão dos gostos, menciona as "afinidades eletivas", isto é, um sistema de sinais que se encontra na origem das antipatias e das simpatias de uns com os outros. Segundo ele, o senso social encontra referências nos corpos e naquilo que eles portam – "vestuário, pronúncia, postura, forma de andar, maneiras". Portanto, nas palavras do autor, "é o gosto que emparelha e assemelha coisas e pessoas".

Desse modo, ao compartilharem o gosto e o estilo de vida do skate, há o que Bourdieu chamava de acordo mútuo, uma tácita aceitação, ainda que de pessoas com características diferentes, como a idade, por exemplo. Mesmo as questões de classe, tão marcantes na sociedade, podem ser transpostas nos momentos de troca, quando o gosto compartilhado está evidenciado. Assim, é provável que se tenha um morador da favela andando de skate e dividindo experiências com alguém de classe média alta, por exemplo.

No que tange às distinções etárias, não significa que elas não existam. Elas existem e se articulam com outros valores, tais como experiência e maturidade. Um dos entrevistados no Parque Madureira deu um depoimento sobre a relação construída com um adolescente, que considera seu amigo.

Amigos que acaba até, às vezes, sendo uma relação fora do skate porque você quer dar um rolé em outro lugar e tem que pedir pra mãe, aí a mãe conhece, pô, por exemplo, o (...). Pô fala com a mãe do (...) (Thiago, 39, Madureira).

Aí o (...) leva?

É, acaba levando, eu levo também o sobrinho dele, que tá comigo, entendeu? Rola uma confiança, acaba tendo uma confiança (Thiago, 39, Madureira).

Interessante notarmos que os mais velhos acabam assumindo uma posição diferente no grupo, são tratados como os responsáveis em um meio no qual a ideia de responsabilidade é difusa. Para o adolescente acompanhá-lo, ele se responsabiliza e fala pessoalmente com sua mãe, assumindo um compromisso com ela. Ainda que seja um gesto louvável, fica claro a interferência de outros grupos sociais no estilo de vida em questão: família, escola e trabalho perpassam o skate, definindo limites, comportamentos e outros valores.

Durante a visita ao campeonato realizado na Praça do Ó, inclusive, era nítida a presença de muitas famílias, por vezes, com integrantes de distintos níveis de parentesco e faixas etárias – pais, mães, irmãos e irmãs, avôs e avós; conversamos rapidamente com a tia de um skatista, cujo filho (também adepto à prática) estava a seu lado, ambos assistindo ao sobrinho / primo competir. O locutor do campeonato com frequência anunciava os nomes e cidades de origem dos competidores, e foi assim que notamos que um número considerável vinha de outras cidades e, até mesmo, de outros estados. Como muitos competidores aparentavam ser menores de idade, passamos a supor que muitas daquelas famílias estavam ali não só no papel de torcedores, como também de acompanhantes de um menor de idade em uma competição interestadual.

Por outro lado, muitos entrevistados, como outro em Madureira, possuem carreiras e compromissos e têm no skate um hobby, um momento de descompressão, ainda que o mesmo interfira diretamente em seus hábitos, ao contrário daqueles skatistas profissionais. Autores como Bennett (2013) e Haenfler (2014) nos mostram que a participação em um grupo alternativo ao *mainstream* continua a fazer sentido para muitos dos participantes que atingem a vida adulta. Os códigos podem se tornar diferentes – como, por exemplo, deixar de usar roupas extravagantes ou reduzir a frequência dos encontros presenciais com outros membros do grupo; mas, na medida em que se tornam mais velhos, os integrantes de uma subcultura, em geral, procurariam manter em sua rotina certos valores e comportamentos a ela intrínsecos, sejam estes ligados à alimentação, a modificações no corpo (como tatuagens ou piercings), à prática de um esporte ou à preferência por ouvir um determinado estilo

musical. Alguns se utilizam ainda do que Haenfler (2014, p.150) denomina "capital subcultural" para seguir uma carreira, ou abrir um negócio próprio alinhado à filosofia do grupo – sendo que estas também se tornam formas de transmitir os valores de uma subcultura às novas gerações.

Como o skate é afeto a todas as idades, ainda que tenha um ar juvenil de transgressão e marginalidade, perguntamos sobre o processo de envelhecer no skate. Um praticante entrevistado na Praça XV, Centro do Rio de Janeiro, contou sobre esse percurso.

> É, no caso como eu ando desde os 13 e já estou com 36, eu não sou nem considerado mais amador e nem profissional, eu estou na categoria chamada master, que é uma categoria acima dos 35 anos. Eu já sou da quarta geração do skate. Eu já sou considerado assim tipo um tiozão do skate (Guto, 36, São Cristóvão)

A expressão "tiozão do skate" remete simultaneamente a visões paradoxais: de um lado, uma espécie de rótulo, associando a pessoa com mais idade a uma visão *outsider*; por outro, há o lado carinhoso, do reconhecimento, do respeito à experiência. O fato de ele ter ingressado aos 13 anos e ter permanecido garante uma autenticidade que o seu envelhecimento não é capaz de subverter. O próprio entrevistado refuta a ideia de preconceito a sua idade:

> *Mas não tem muito essa, né, entre vocês, esse lance de idade?*
>
> Não, não, todo mundo se respeita, tanto de idade, de estilo, todo mundo aqui é igual (Guto, 36, São Cristóvão)

A ideia de igualdade, ainda que possa parecer utópica, é um valor reforçado em diversas entrevistas. A visão de que o espaço do skate é internamente democrático, que pessoas de diversas origens, classes e estilos de vida comungam daqueles espaços e convivem em harmonia é reforçada em depoimentos de pessoas com perfis bastante diferentes e coletados em locais distintos. Porém, o mesmo não ocorre quando se pergunta sobre as pessoas de fora do skate, sobretudo os mais velhos. Quando perguntado sobre que visão as pessoas têm do skatista, um entrevistado da Lagoa coloca dois pontos importantes:

> Algumas pessoas veem a gente como vagabundo, outras como maconheiro, essas coisas assim… (Renan, 17, Copacabana)
>
> *Falam coisas pra vocês?*
>
> Normalmente quem mais fala são pessoas de mais idade e tal, que normalmente são as pessoas que têm uma mente mais antiga, mais fechada, mas hoje em dia acho que tá bem tranquilo, tipo um ou outro (Renan, 17, Copacabana)

Primeiramente, demonstra a força do senso comum, que persiste na classificação das culturas juvenis como imorais e desviantes, até a ampliação de fronteiras ocasionada pela Revolução Cultural dos anos 1950 e 1960, como mostra Hobsbawm (1995). Comportamentos contraculturais, ao surgirem, geram o que estudiosos da psicologia social, como Jodelet (2012) e Moscovici (2012), chamam de pânico moral, uma reação conservadora ao novo, àquilo que não possui representações prévias. Mas também, que essa visão vem sendo desconstruída, na medida em que afirma "hoje em dia acho que tá bem tranquilo, tipo um ou outro". Isso mostra que o skate, cada vez mais, se torna um elemento constitutivo da cena urbana carioca – acreditamos, inclusive, que isso se dá que globalmente. "O Rio de Janeiro é feito para andar de skate", nos disse um espectador do campeonato da Praça do Ó, também praticante. Há diversas provas de que o skate vem sendo absorvido pelo *mainstream*, como, por exemplo, o fato de ter se configurado como esporte olímpico para Tóquio 2020[2], o próprio investimento público em parques radicais[3] e apoio oficial a atividades ligadas ao skate [4].

Na Praça XV, o centro do Centro do Rio, local por onde transitam milhares de profissionais que trabalham nos arredores e onde se localizam as sedes do Poder Legislativo e Judiciário estaduais, o choque geracional parece ser maior. O espírito livre e de lazer contrasta com a seriedade daqueles que frequentam o local a trabalho, o que gera mais conflitos que em outros pontos – a pista, na Praça XV, é montada com obstáculos colocados e mantidos pelos próprios skatistas, diferentemente da Lagoa ou do Parque Madureira. É um local "conquistado", ocupado, ainda que de maneira ocasional. Um dos entrevistados responde se posicionando, mostrando que aquele local é tão deles quanto dos demais usuários: "(...) Mas muita gente incomoda a gente, então… [risos no grupo] (Ronaldo, XX, Praça XV)".

Os skatistas têm claras as principais razões dos que reclamam do uso da área da Praça XV para as manobras:

> (...) ah, é barulho... velho... às vezes, é uma borda que é de mármore e está nova. (Juan, XX, Praça XV)
>
> Pelo simples fato de você estar passando de skate, passar próximo da pessoa, ela acha que você passou ali para afrontar ela, ou que você passou perto, você ia machucar. (Adriano, XX, Praça XV)

As questões pontuadas trazem à baila o conflito de gerações que ainda existe na sociedade. Ainda que com deslocamento da idade para categoria

social essa tensão possa ter diminuído, Pais (2009, p. 379) aponta que essas mudanças, muitas vezes, são transitórias.

> Assim, um idoso que se reforme pode, por necessidade de sobrevivência ou outras, continuar a exercer uma atividade profissional; um jovem que por efeito de uma inserção profissional ou de um casamento passa normativamente à condição de adulto, pode, a qualquer momento, divorciar-se ou ver-se no desemprego, retornando à condição de filho economicamente dependente dos pais (Pais, 2009, p. 379).

Assim, o mesmo "velho", que reclama do skatista se aproximando, ou quebrando a pedra de mármore pode, em outra ocasião, apresentar comportamentos típicos de jovens, como o uso de roupas ou de *gadgets* antes exclusivos das culturas juvenis. Este deslizamento de posição já era trazido por Bourdieu, na clássica entrevista concedida em 1974, "A juventude é apenas uma palavra"[5]. Segundo ele, a divisão das fases é sempre arbitrária e é milenar a disputa para marcar onde começam a juventude, a fase adulta e a velhice. Ele reitera: "Quando digo jovens/velhos, tomo a relação em sua forma mais vazia. Somos sempre o jovem ou o velho de alguém. É por isto que os cortes, seja em classes de idade ou em gerações, variam inteiramente e são objeto de manipulações" (Bourdieu, 1983, p. 112).

Nesse sentido, os mais fortes conflitos geracionais se dão marcadamente entre o exterior e o interior da subcultura, enquanto que as relações internas entre os praticantes parecem dialógicas e harmoniosas, ainda que tenhamos clareza que brigas e desentendimentos são inerentes às relações humanas e sociais e ninguém está privado de se envolver, ainda que com pessoas com as quais compartilham interesses comuns.

***

A prática do skate é comumente associada ao que se entende por comportamento "jovem" pelo fato de traduzir, em muitos aspectos, atitudes que fogem aos modos de vida tidos como convencionais. Entretanto, o universo de hábitos e valores dos skatistas ouvidos ou observados ao longo de nossa pesquisa parece remeter a um estilo de vida que extrapola as noções de juventude, vida adulta e velhice – todas, construções sociais diretamente ligadas à idade cronológica e à definição, de certa forma arbitrária, de faixas etárias específicas que as caracterizam. A adoção de tais hábitos e valores favorece, ainda, a

aproximação entre gerações, uma vez que promove a convivência entre indivíduos de idades diversas – algo que tem se mostrado, inclusive, cada vez mais presente em diversos aspectos da vida social contemporânea.

O fato de que os pais se parecem cada vez mais com seus filhos, ou os avós com seus netos (Rocha & Pereira, 2009) tem origem no papel central destinado à ideia de juventude na contemporaneidade: não importa a faixa etária, todos querem ser (ou parecer) jovens: "Dentre as incontáveis transformações pelas quais estamos passando, a chamada revolução da longevidade caracteriza o contemporâneo e torna premente o debate acerca das convenções, estereótipos, preceitos e preconceitos em relação ao envelhecimento e ao papel dos mais velhos em nossas sociedades" (Castro, 2018, p.55).

Ao apresentarmos a prática do skate como mediadora na interação entre pessoas de diferentes gerações, procuramos chamar atenção para o descolamento entre a idade e o estilo de vida cada vez mais iminente, como também para a revisão dos papéis destinados a jovens e adultos de diversas idades em nossas organizações sociais.

Referências

BENNETT, Andy. *Music, style and aging: growing old disgracefully?* Philadelphia: Temple University Press, 2013.

BOURDIEU, Pierre. *A distinção:* crítica social do julgamento. Porto Alegre: Zouk, 2013.

_____. *Questões de sociologia*. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1983.

CASTRO, Gisela. Por um Natal solidário: a velhice tematizada em suas campanhas publicitárias internacionais. In: CASTRO, Gisela; HOFF, Tânia (orgs). *Comunicação, consumo e envelhecimento no contemporâneo: perspectivas multidisciplinares*. Porto Alegre: Sulina, 2018.

FEIXA, Carles; LECCARDI, Carmem. O conceito de geração nas teorias sobre juventude. *Soc. estado*. Brasília, v. 25, n. 2, p. 185-204, ago. 2010.

GROPPO, Luís Antonio. *Juventude:* ensaios sobre sociologia e história das juventudes modernas. Rio de Janeiro: Difel, 2000.

HAENFLER, Ross. *Subcultures:* the basics. New York: Routledge, 2014.

HOBSBAWM, Eric. *Era dos extremos:* o breve século XX: 1914-1991. Rio de Janeiro: Companhia das Letras, 1995.

JODELET, Denise (org.). *Les représentations sociales.* Paris: Presses Universitaires de France, 2012.

MANNHEIM, Karl. O problema sociológico das gerações. In: FORACCHI, M. (org). *Mannheim*. Coleção Grandes Cientistas Sociais-25. São Paulo: Ática, 1982.

MOCARZEL, Marcelo. A educação como bem de consumo: discursos publicitários sobre a universidade e a juventude no Brasil. Tese (Doutorado), Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Comunicação Social, 2017.

MOSCOVICI, Serge. *Representações sociais:* investigações em psicologia social. Petrópolis, RJ: Vozes, 2012.

MÜLLER, Juliana. Os filhos da revolução, o futuro da nação: um estudo sobre comunicação, música, juventudes e trocas geracionais no Rock in Rio. Dissertação (Mestrado), Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Comunicação Social, 2018.

PAIS, José Machado. A juventude como fase de vida: dos ritos de passagem aos ritos de impasse. *Saúde Soc*., São Paulo, v.18, n.3, p.371-381, 2009.

ROCHA, Everardo; PEREIRA, Cláudia. *Juventude e consumo:* um estudo sobre a comunicação na cultura contemporânea. Rio de Janeiro: Mauad X, 2009.

WELLER, Wivian. A atualidade do conceito de gerações de Karl Mannheim. *Soc. estado*., Brasília , v. 25, n. 2, p. 205-224, ago. 2010.

Notas

1 Disponível em: https://www.skataholic.com.br/2016/11/rio-de-janeiro-oficializa-skate-na-praca-xv. Acessado em 22/10/2018.

2 GLOBO ESPORTE. Skate nos Jogos de 2020 anima nova geração brasileira: "Temos que evoluir". 05/08/2016. Disponível em: http://globoesporte.globo.com/olimpiadas/noticia/2016/08/inclusao-nos-jogos-olimpicos-anima-skatistas-do-brasil-temos-que-evoluir.html

3 O ESTADO DE SÃO PAULO. Paes inaugura Parque Radical e libera piscinão para a população. 23/12/2015. Disponível em: https://esportes.estadao.com.br/noticias/jogos-olimpicos,paes-inaugura-parque-radical-em-deodoro-e-libera-piscinao-para-populacao,1815055

4 SECRETARIA DE ESTADO DE ESPORTE, LAZER E JUVENTUDE. Com cerca de 80 alunos, Escolinha Formiga de Skate funciona em pista reformada pela Secretaria de Esporte, Lazer e Juventude. 20/08/2017. Disponível em: http://www.rj.gov.br/web/seelje/exibeconteudo?article-id=3967829

5 A entrevista em questão foi concedida a Anne-Marie Métailié e publicada na Revista *Les Jeunes et le premier emploi*, da *Associatíon de Ages*, em Paris, 1978, e integra o livro *Questões de sociologia* (1983), publicado no Brasil.

Capítulo 4

Skateboarding is not a crime: o direito à cidade e o "pânico moral"

Lucas Gamonal, *Diana Vaisman* e *Cláudia Pereira*

Introdução

No dia 2 de setembro de 2017, Ademar Lucas, ou Ademar Luquinhas, como é mais conhecido no Rio de Janeiro, realizava mais uma festa na Praça XV que, como sempre, começa no início da tarde e só termina na madrugada do dia seguinte. Bastante popular entre skatistas, o "Baile do Ademar" reúne praticantes e não praticantes de skate, que se encontram para fazer manobras, participar de competições, beber, fumar todos os tipos de cigarro, ouvir música e dançar, se divertir, como em qualquer festa a céu aberto. Acontece que, naquele sábado, o sucesso do evento levou muito mais gente do que o público de 1.000 pessoas, como era esperado pelos organizadores. Como resultado, na manhã do dia seguinte, o que se via eram as pichações nos prédios históricos da Praça XV. Os jornais impressos e digitais não demoraram a noticiar e, logo, o que era alegria virou um grande problema para Ademar Luquinhas e seus amigos.

No site da *BandNews*[1], no dia 4 de setembro de 2017, uma matéria intitulada "Prédios históricos são vandalizados após evento na Praça XV" reportava que "inúmeras pichações foram feitas nos prédios durante o 'Baile do Ademar' evento que reuniu skatistas e diferentes estilos musicais. A Secretaria Municipal de Fazenda vai investigar a dimensão dos danos ao patrimônio público". Dois dias depois, na coluna de Ancelmo Gois no *O Globo*, também online, uma nota relatava que a "Cdurp, da prefeitura, teme que vandalismo da Praça Quinze se repita hoje, no Porto", já que o festival *Biergarten* seria realizado no galpão que "fica bem em frente ao Cais do Valongo, Patrimônio Cultural da Humanidade reconhecido pela Unesco, e a Cdurp teme que se repita por lá o que aconteceu no último fim de semana com o "Baile do Ademar", que deixou um 'rastro de lixo e vandalismo' em prédios históricos da Praça Quinze, como o Paço Imperial e o Palácio Tiradentes"[2]. No dia 9 de setembro, o jornal *Extra*[3] noticiou:

> Uma semana após um evento de skatistas deixar um rastro de destruição na Praça Quinze, com monumentos e árvores pichados e muito lixo espalhado, o organizador da festa liderou um abraço simbólico no Paço Imperial, com aproximadamente mais de 30 pessoas. O edifício, do século XVIII, foi um dos que virou alvo de pichadores durante o Baile do Ademar que tinha autorização da prefeitura e começou na tarde do sábado retrasado, terminando na manhã seguinte. Ademar Lucas, responsável pelo evento, pediu desculpas à população, no Facebook, pelos estragos. Ouvido pelo *Extra*, ele ainda se comprometeu a limpar a Praça XV, junto a outros skatistas, nos próximos finais de semana.

No *Extra*, ainda, é possível ler que: "O jornaleiro Marcelo Silva, que teve a banca de jornal pichada, contou que ainda foi feito um esquema de 'gato' na caixa de energia: – Acho que foi para colocar alguma caixa de som. Agora, quanto à pichação, eu não esperava, porque os skatistas estão sempre aí e nunca aconteceu isso". O skatista Felipe Martins, membro do coletivo de skatistas da Praça XV, foi entrevistado e demonstrou preocupação com o episódio: "Infelizmente, meia dúzia de vândalos se aproveitaram que não tinha muitos guardas por perto e fizeram isso. Não queremos que isso prejudique a presença dos skatistas na Praça XV. Nós nos esforçamos muito para conquistar esse espaço e aqui é a nossa casa. Nós queremos cuidar desse lugar".

O jornal *O Globo*[4] também publicou uma notícia, sob o título "Depois de evento com pichações, skatistas abraçam o Paço Imperial", no mesmo dia que o *Extra*. Nela, pode-se ler:

> Uma semana após um evento de skatistas deixar um rastro de destruição na Praça XV, com árvores e monumentos pichados e muito lixo espalhado, o organizador da festa liderou um abraço simbólico ao Paço Imperial. Tombado, o edifício do século XVIII foi um dos que viraram alvos de pichadores durante o "Baile do Ademar", que tinha autorização da prefeitura e começou na tarde do sábado retrasado, terminando na manhã seguinte.

O caso do "Baile do Ademar" serve, aqui, para ilustrar o que acontece quando a mídia colabora para a construção das representações sociais das subculturas juvenis que, no nosso caso, se concentra na dos skatistas. O episódio não é um fato isolado e se configura como algo inerente a tais práticas consideradas subculturais, no que podemos traduzir como "pânico moral". Isso fica ainda mais aparente quando veículos distintos noticiam o acontecido com uma narrativa muito semelhante, inclusive utilizando-se de termos iguais.

Os estudos culturais britânicos já se debruçaram sobre a teoria do pânico moral ainda nos anos 1970, e compreender melhor sobre ela nos ajuda a

também compreender melhor o que buscamos neste capítulo, que é analisar de que modo a mídia colabora para a rotulação dos skatistas como vândalos e depredadores – mais ainda, queremos explorar como essa relação entre mídia e skate se estabelece dentro do contexto da cidade.

O pânico moral e as subculturas juvenis

Apesar de Stanley Cohen ser o autor mais associado ao conceito de pânico moral, o termo não foi criado por ele (Machado, 2004). A expressão já havia sido usada por McLuhan (1964) e por Young (1971), porém, Cohen, com *Folk Devils and Moral Panics* ([1972] 2011), foi o primeiro a elaborar uma teoria sobre esse fenômeno. Logo no início do livro, o autor apresenta a sua, agora canônica, definição de pânico moral.

> As sociedades parecem estar sujeitas, de tempos em tempos, a períodos de pânico moral. Uma condição, episódio, pessoa ou grupo emerge para ser definido como um ameaça aos valores e interesses sociais; sua natureza é apresentada de forma estilizada e estereotipada pela mídia de massa; barricadas morais são fortalecidas por editores, bispos, políticos e outras pessoas; especialistas socialmente credenciados pronunciam os seus diagnósticos e soluções; modos de enfrentamento são desenvolvidos ou (mais frequentemente) reutilizados; a condição, então, desaparece, submerge ou se deteriora e se torna mais visível (Cohen, 2011, p. 1)[5].

O pânico moral seria, assim, um medo excessivo e generalizado de que algo ou alguém, considerado maligno, ameace a sociedade e seus valores. De modo resumido, seria, de acordo com Hamilton (2005), uma reação social desproporcional a uma determinada ameaça ou comportamento. Ao longo da história, vários e bem diversos foram os alvos dessa preocupação exagerada, como os imigrantes, as drogas, a Aids, o rock, o próprio skate e até as revistas em quadrinho.

Mas como nasce um pânico moral? Cohen (2011) identifica três fases no processo de gênese desse fenômeno: inventário do problema, mobilização e ação. Na etapa inicial, a mídia organiza um conjunto de rumores e percepções públicas até então desordenados, trazendo uma interpretação para eles. Segundo Machado (2004, p. 61), nesta fase, ocorrem dois processos essenciais para o nascimento de um pânico moral: a "constituição de um acontecimento como problema social" e a "fixação de uma grelha interpretativa que estabelece o seu significado primário e parâmetros de interpretação", sendo que, como observa a

autora, o enquadramento escolhido deriva de convenções preexistentes, tendendo a reproduzir o senso comum.

Segundo Cohen (2011), nesta fase, a mídia cria o pânico moral através de três tipos de processos: 1) de "exagero e distorção", 2) de "predição" e 3) de "simbolização". O primeiro deles ocorre quando um problema e sua importância são aumentados, o que, frequentemente, é feito através de números exagerados, um vocabulário melodramático e manchetes sensacionalistas, como esta: "Câmera flagra grupo de skatistas pichando o Centro de Sorocaba. Ação foi registrada na rua Santa Clara durante a madrugada. Várias fachadas de comércios ficaram com as marcas do ato de vandalismo". E o texto continua: "Nas imagens é possível ver que o grupo é formado por dezenas de jovens. Um rapaz tira uma lata de spray da mochila e começa a pichar o muro. Atrás dele, outro menino também picha o local, pega o skate e sai em seguida"[6].

O segundo processo citado por Cohen é a predição, que, de acordo com Machado (2004), ocorre quando se projeta no futuro a provável recorrência de determinado episódio. Já o terceiro, a simbolização, ocorre através de palavras, frases ou imagens que representam algo visto como problema de uma forma estereotipada e dramatizada (Machado, 2004). Segundo Cohen (2011), a simbolização é, em parte, consequência dos mesmos padrões da comunicação de massa que dão origem a exageros e distorções, uma vez que, "a comunicação e, especificamente, a comunicação em massa de estereótipos dependem do poder simbólico de palavras e imagens" (Cohen, 2011, p. 36).

Seguindo com o processo de gênese do pânico moral apresentado por Cohen, após a fase de inventário, começa a etapa de mobilização de opiniões e atitudes, uma tentativa de dar significado ao problema, passando do fatual para o interpretativo ou do problema em si para suas consequências (Machado, 2004). É nesta fase também que, segundo Machado (2004), estruturam-se as atitudes que serão tomadas em relação aos agentes da desordem, os quais, a partir de estereótipos prévios, são representados com uma imagem demonizada. Portanto, essa é a etapa onde ocorre a cristalização dos *folk devils*, ou seja, dos bodes expiatórios, para o problema, que são vistos como se representassem a encarnação do Mal.

Uma das teses mais influentes de Cohen é que cada pânico moral teria um "*folk devil*" sobre o qual o público projeta seus medos e suas fantasias (Freire Filho e Herschmann, 2003). De acordo com Freire Filho e Herschmann (2003), esses bodes expiatórios podem deixar de assustar depois de alguns anos, mas novas encarnações do "Mal" emergem para substituí-los. Como

destaca Machado (2004), essas imagens preexistentes do Mal, muitas vezes, são condensadas em torno de grupos que são socialmente mais vulneráveis, como é o caso das subculturas juvenis, principalmente aquelas que são provenientes das classes menos privilegiadas.

A terceira e última fase do processo de criação de um pânico moral, a etapa de ação e remediação do problema, trata do que foi feito em relação aos desviantes e também do que se pensou que deveria ser feito quanto a eles (Cohen, 2011). O foco de Cohen aqui é entender como o próprio sistema organizado de controle social ajudou a criar e manter as imagens dos bodes expiatórios. Para isso, o autor divide as respostas da sociedade ao desvio em três categorias: "sensibilização", a "cultura de controle social"[7] e "exploração".

A sensibilização ocorre quando o público e a mídia ficam atentos a possíveis sinais de reaparecimento do problema. Já a segunda categoria, a mobilização da cultura de controle social, acontece quando agências de controle formais, como a polícia e os tribunais, também sensibilizados pelo problema, reagem, de modo organizado, a partir de normas e procedimentos institucionalizados (Cohen, 2011). Porém, Cohen destaca que não são apenas os agentes formais que costumam entrar nesse combate, alguns cidadãos também se organizam, transformando-se em verdadeiros "empresários morais". Desse modo, seja através de punições mais severas ou apenas da reafirmação de valores simbólicos, agentes formais e informais contribuem para a criação de uma cultura de controle que exclui os desviantes (Machado, 2004).

Há, porém, como Cohen (2011) destaca, uma relação simbiótica entre acusadores e acusados, entre aqueles considerados "normais" e os "desviantes". Isso acontece, pois as pessoas que denunciam o desvio podem ter interesse que o mesmo se perpetue, pelo menos temporariamente. O motivo dessa aparente contradição está na terceira característica da cultura de controle social apontada pelo autor: a exploração do desviante, que pode acontecer de diferentes formas. Skatistas, por exemplo, constantemente, têm suas imagens associadas a uma série de produtos destinados ao público adolescente. Entretanto, Cohen (2011) aponta que, além da exploração comercial, há também a ideológica. Essa acontece quando o explorador ganha algo a partir da denúncia do desvio e perde alguma coisa caso esse se prove menos real ou problemático, o que faz com que a demonização dos desviantes, que, muitas vezes, são jovens, tenha uma função importante em algumas ideologias e em certos discursos políticos.

Nem sempre os pânicos morais estão relacionados a práticas juvenis, porém, é fato que, frequentemente, os alvos desses fenômenos são jovens, pois

as ideias de "juventude" e "desvio" estão intrinsecamente relacionadas. Como afirmam Pereira e Rocha (2016, p. 128), "rebeldias, revoltas, revoluções, transgressões, irreverências e tudo o que vai de encontro ao *status quo* são legítima e controladamente permitidas aos jovens", uma vez que a eles é atribuída a liberdade e também a responsabilidade de mudar o mundo. Desse modo, as gerações mais novas estão presentes em grande parte dos pânicos morais, sendo representadas, ao mesmo tempo, como uma "juventude perigosa" e uma "juventude em perigo" (Turton, 2014), já que certos grupos de jovens são vistos como uma ameaça que pode corromper e desencaminhar outros mais inocentes.

A associação entre "juventude" e "desvio" é tanta que a própria noção de "adolescência" como uma fase da vida só passou a ser pensada quando, no final do século XIX, tensões ligadas a ela, como o aumento da delinquência juvenil, a transformaram em um objeto de consciência social. Desde então, a mídia passou a dar destaque às práticas juvenis desviantes, o que contribuiu para que a representação da juventude estivesse sempre relacionada a rebeldias e transgressões. Das gangues urbanas aos estilos de música e dança extravagantes, das subculturas, com seus estilos espetaculares, à contracultura, o comportamento dos jovens ao longo do século XX e dessas primeiras décadas do século XXI, desafiou, constantemente, o *status quo*. Assim, condensando medos e angústias relacionados ao questionamento da ordem social, nasceram diversos pânicos morais relacionados a práticas juvenis, entre essas o skate.

Porém, como observa Haenfler (2014), o assunto "skate" é bem mais plural e complexo do que se costuma pensar, uma vez que ele é, ao mesmo tempo, um esporte profissional, um estilo de vida e, nas suas formas menos visíveis, uma subcultura[8]. Como o autor observa, nem todos que andam de skate se identificam com essa subcultura. Uma criança, por exemplo, pode gostar de andar de skate, mas não se relacionar com os valores mais subversivos desse grupo. Entretanto, para alguns, andar de skate é muito mais do que um divertimento, é algo que influencia seus círculos de amizades, suas roupas e seus estilos de música favoritos, mas que também encoraja um *ethos* antiautoritário e uma oposição à visão de que o skate é apenas um objeto de consumo.

As subculturas, de fato, são universos particulares, com códigos e estilos próprios, não compreendidos por quem não faz parte do grupo. Tudo aquilo que é estranho, desconhecido, pode causar medo e, assim, muitas vezes, os participantes das subculturas são vistos como se fossem "monstros". Por conta disso, frequentemente, os pais e as autoridades, como políticos, líderes religiosos

e coordenadores de escolas, reagem aos membros desses grupos com suspeita, julgamento moral ou até medo (Haenfler, 2014). Desse modo, como Haenfler (2014) destaca, criam pânicos morais que justificam o monitoramento ou até a perseguição dos participantes das subculturas. Essa preocupação exagerada é, muitas vezes, influenciada pela mídia, que costuma retratar os jovens que participam desses grupos de forma caricata. Segundo o autor, nesse processo de simbolização, os estereótipos, marcados pelos estilos espetaculares, localizam a ameaça em um alvo facilmente reconhecível, o que torna mais simples sua exclusão, supressão ou reforma. No caso do skate, como ressalta Haenfler (2014), algumas cidades chegaram a proibir essa prática em certas áreas, o que incentivou skatistas a espalharem adesivos com a frase "skateboarding is not a crime".

Skateboard is not a crime: depredação, retratação e o julgamento da cidade

O slogan *skateboarding is not a crime* está tão naturalizado dentro da subcultura que é quase improdutivo buscar sua origem que, em fontes precárias[9], indica ter lugar nos anos 1970, quando a frase foi usada como protesto pelo fato de várias cidades norte-americanas terem banido a prática do skate de seus espaços públicos. A marca *Santa Cruz*, da empresa *NHS, Inc.*[10], teria sido a primeira a tomar de empréstimo a frase para fins comerciais. O fato é que, ainda hoje, a ideia está presente e funciona como uma espécie de manifesto entre os praticantes. Resta-nos perguntar, por quê?

Howard Becker (2008), ao tratar dos *outsiders*, remete à ideia de rotulação como um julgamento e a atribuição de uma característica a alguém por outras pessoas. Trata-se de um fenômeno social, presente em todas as sociedades, já que, nelas, sempre há os que vivem, de alguma forma, à margem das normas e das leis. O rotulado, em geral, não assume para si o que lhe é atribuído. Vive de acordo com suas próprias normas e, para ele, não se trata de desvio. Tal dinâmica é, dentro dos preceitos de Becker, necessária para a própria permanência de qualquer sociedade. Os efeitos, porém, podem ser problemáticos para quem é considerado desviante.

Para o skatista, especialmente o da categoria *street*, a transgressão é inerente à sua prática. A cidade não é um conjunto mais ou menos organizado arquitetonicamente para ser obedecido, ao contrário: é um conjunto de obstáculos a serem superados. Dentro da perspectiva da subcultura, há normas, regras, leis e códigos que são seguidos para que se perpetuem os laços que a

configuram. Para quem é "de fora", elas podem não fazer o menor sentido. E, mais ainda, podem incomodar e causar as mais diversas emoções, inclusive medo e raiva.

Se a cidade é um "playground", como disse um de nossos informantes, a "brincadeira", nesse caso radical, pressupõe alguma desordem, desobediência, acidentes e prejuízos. O que para uns é "depredação", para outros, os skatistas, pode ser uma manobra bem-sucedida. Instala-se, então, o conflito. Ainda cabe a pergunta: para quem serve a cidade, sobretudo como lugar privilegiado para o lazer?

Diferentemente de pensadores que se propõem a refletir sobre os territórios em seus trabalhos, sobretudo no campo da geografia e das ciências sociais, Michel de Certeau (1998) conceitua o espaço como lugar praticado e, de tal modo, transformado em razão das práticas nele empreendidas. "O espaço é um conjunto de móveis. É de certo modo animado pelo conjunto dos movimentos que aí se desdobram. Espaço é o efeito produzido pelas operações que o orientam, o circunstanciam, o temporalizam (...)" (Certeau, 1998, p. 202). E ainda insere nesse debate o papel narrativo que os indivíduos exercem em seus trânsitos pela urbe. Considera esse ato um trabalho incessante de transformação, nesta cidade que é regulada por poderes panópticos.

Certeau (1998) fala em uma cidade-conceito, a qual, em suas operações, envolve "(...) a criação de um sujeito universal e anônimo que é a própria cidade" (p. 173) e, também, na organização de classificações, articulações e isolamentos – recusa-se aquilo que é indesejável. Dessa maneira, na busca por ser cidade, alguns sujeitos, como podemos falar sobre os skatistas, tornam-se "detritos". Rejeita-se o que não é tratável, o que é anormal e desviante. No entanto, ainda que esse discurso totalizante busque imperar, resiste o contraditório e o que burla essa programação reguladora.

Informantes do Coletivo XV, com quem conversamos[11], em diversos momentos comentaram as lutas travadas para poder ocupar espaços públicos, especialmente o da Praça XV de Novembro, no Centro do Rio de Janeiro, e o receio causado por suas presenças, muitas vezes motivado unicamente por conta de suas aparências e pelos sentidos que suas imagens evocam.

> Eu acho que qualquer coisa que, não só skatista, mas qualquer coisa que subverta o senso comum, causa medo e sensação de estranheza às pessoas que vivem dentro do normativo" (Bruno[12], 37 anos, integrante do Coletivo XV).

Pais (2005), de maneira semelhante, também discorre sobre essa cidade hegemônica, formatada a partir de planos arquitetônicos que segregam em vez de ampliar as possibilidades de conexões e fluxos. Conforme afirma, os condomínios fechados são ilustrações dessa máxima – cria-se um território esquematizado para que as regras sejam cumpridas e não haja ambiente propício ao surgimento do desordenado e/ou desviante. Então, nesse curso de ideias, Pais denomina a rua como "palco da cultura participativa" e o jovem como um manifestante em evidência. Em especial, fala das possibilidades de subversão no caso dos jovens *skaters*.

"Para eles, a rua é cenário de um compromisso com a cidade. De uma experiência sensorial da cidade feita através da escuta dos rolamentos, da visualização dos movimentos, do olfatar dos odores, da vibração corporal dos deslizamentos" (Pais, 2005, p. 58). A caracterização dos skatistas feita por Pais nos remete ao conceito de enunciação pedestre, trabalhado por Certeau. Conforme fundamenta, "o ato de caminhar está para o sistema urbano como a enunciação (o *speech act*) para a língua ou para os enunciados proferidos" (Certeau, 1998, p. 177) e, nessas ações desviantes, podemos observar *apropriação* e *realização* do lugar, além do surgimento de *relações* ou "contratos" (destaques do autor) entre posições inicialmente distintas.

Ainda segundo Certeau (1998, p. 178), "(...) o caminhante transforma em outra coisa cada significante espacial". Essa ideia de atos transformadores praticados por esses sujeitos desviantes também aparece nas reflexões de Pais.

> Que fazem os jovens *skaters* do espaço urbano da cidade? Eles reinventam-no, dando-lhe novos usos e, desse modo, produzem um novo espaço, distinto do original. O corpo do *skater* dialoga com a arquitetura do espaço por onde desliza, como se nesse "corpo a corpo" se produzisse uma nova discursividade urbana. O *skater* recusa aceitar o espaço como um dado pré-existente. Dá-lhe uma existência própria quando o desafia a usos diferentes dos previstos ou pré-estabelecidos (Pais, 2005, p. 58).

Dessa forma, como enfatiza o autor, o espaço de regulação das cidades transforma-se em oportunidade de elaborar outros fluxos, associados à sua expressividade performativa. É o que podemos notar com os outros usos de bancos, calçadas, corrimãos, escadas etc. pelos skatistas, nas ruas. Apoios ou obstáculos para os transeuntes "comuns", os objetos têm seu propósito modificado para que permitam a expressão da criatividade: "À sua maneira, escrevem

a cidade, embora a uma escala microespacial, criando registros, traços, sinais reveladores, como também o fazem os jovens *graffiters*" (Pais, 2005, p. 58).

Em outras palavras, podemos afirmar que essas ações performáticas registram presença, pertencimento e afeto – delimitam a experiência do ser sujeito, do ser jovem, do ser skatista em uma determinada espacialidade, sobremaneira em uma cidade tão diversa como o Rio de Janeiro. Em suma, podemos corroborar que "com eles aprendemos que o espaço é muito mais do que a projeção de uma representação intelectual. É uma produção feita de movimentos, gestos, cumplicidades" (Pais, 2005, p. 58).

Essas noções nos levam aos conceitos elaborados por Yi-Fu Tuan (1983), para quem, assim como para outros pesquisadores dessas temáticas, especialmente os filiados aos Estudos Culturais, o lugar é reflexo da atribuição de significados. Igualmente, o geógrafo o considera como resultado de apropriações afetivas, desenvolvidas através dos sentidos, do tempo e, principalmente, das experiências. É por isso que, conforme debatemos, a rua poderia ser apontada como o lugar por excelência dos skatistas. Os atos praticados caracterizam os membros do grupo ou, em diferentes termos, definem os contornos da subcultura em questão.

Sendo assim, é sintomático observar a ocorrência de impasses quando estão em confronto os planejadores da cidade, seus sujeitos universais e anônimos – os quais desejam enxergá-la seguindo suas funções reguladas (Certeau, 1998) e os sujeitos desviantes, aqueles que praticam ações não previstas, modificam os fluxos, transformam os caminhos, alteram as formas e usos e, assim, reivindicam seu direito à cidade (para mencionarmos os debates iniciados por Henri Lefebvre e seguidos por outros pensadores, como David Harvey).

Rotineiramente, a cidade é apontada como arena democrática, a qual permitiria uma convivência harmônica entre os poderes e as pessoas. No entanto, essa mensagem não parece condizente com a realidade, sobretudo quando observamos as culturais juvenis em suas expressões, sejam elas quais forem, e mais notadamente quando fazemos menção às práticas de lazer. Este lazer tão amplo e indeterminado, bastante associado aos jovens, e que, no Brasil, é garantido pela Constituição Federal de 1988 como direito social.

Mas quem tem acesso ao lazer? Em que condições e em quais ambientes? A maior parte da população e, mais uma vez devemos dar destaque para os jovens, certamente não tem acesso à sua promoção, que deveria ser assegurada pelo poder público. Dessa maneira, se não têm essa garantia, alguns subvertem os padrões e se apropriam ou criam os seus lugares de lazer, como no caso da subcultura dos skatistas. Se parecem não ter alcance a esse direito, de forma

criativa e às vezes disruptiva, elaboram outros caminhos – o que, por vezes, gera hostilidade, desentendimento e conflito.

O conflito é a motivação do julgamento, portanto. E, do julgamento, surge o rótulo. No caso do skatista, ele é o depredador e o vândalo. O pânico moral entra nessa dinâmica de construção de identidades e, como resultado, firmam-se representações sociais que, porém, não são fixas. Segundo Serge Moscovici (2011), elas são continuamente revistas e atualizadas, por meio das conversas diárias, da mídia e de tudo o que se convenciona coletivamente. Destacamos cinco matérias publicadas na mídia, entre os anos de 2013 e 2018, encontradas em pesquisa no *Google*, em outubro de 2018, combinando termos como "skate", "depredação" e "cultura".

Reportagem do portal do canal *SporTV*[13], de 2013, traz como personagem principal o skatista sul-coreano Daewon Song, nome importante nas competições internacionais, dizendo se sentir como um criminoso por conta da prática do skate nas ruas: "Às vezes é difícil com a polícia. É a minha arte, a minha paixão e é triste porque é quase ilegal em todos os lugares. Às vezes, me sinto como se fosse um criminoso". Outro skatista ouvido na matéria, o brasileiro Alan Mesquita, credita os conflitos ao fato de comumente enxergarem os skatistas como destruidores da cidade: "A visão do skatista é diferente. As pessoas olham a cidade, uma escada, um corrimão, como propriamente dito um corrimão e uma escada. O skatista já olha como obstáculo. O skate tem essa integração com o urbano, então a gente chama isso de arte. Eles se sentem agredidos, escutam o barulho do skate e acham que a gente está depredando, quebrando", disse.

A matéria ainda enfatiza a problemática situação e os efeitos desses choques entre as pessoas "comuns", os que detêm os poderes de regulação dos espaços urbanos e os desviantes, os skatistas:

> A vigilância aos skatistas de rua acontece muitas vezes por denúncias de depredação de patrimônio público e perturbação da ordem. No Brasil não é diferente e, sem pistas adequadas para a prática, alguns praticantes recorrem às praças e outras intervenções urbanas. Em São Paulo, após desentendimentos entre skatistas e pedestres, foram instaladas placas para proibir a circulação dos praticantes na Praça Roosevelt, no Centro da cidade. Casos de agressão aos skatistas por policiais, em Curitiba e no Rio de Janeiro, também já ganharam destaque nas páginas de notícias.

Conforme debatemos, é comum que os *skaters* sejam rotulados como vândalos depredadores e, nomeadamente, como ameaças à ordem pública. São táticas associadas ao pânico moral, balizadoras do clima de medo excessivo e

generalizado em relação a um determinado grupo. Nesse sentido, é bastante indicativo perceber como esses "alertas de perigo" ganham realce no próprio espaço da rua, como no exemplo mencionado, das placas de proibição instaladas na Praça Roosevelt, em São Paulo.

Outra situação recorrente, também mencionada no texto da reportagem e relatada pelos interlocutores com quem conversamos, é a de abordagens policiais bastante duras. No caso do Coletivo XV, como também nos disseram os skatistas, existem registros de agressões até mesmo a menores. No entanto, preferem que esse material seja discutido através da arte, em mostras e exposições, para incitar reflexão, conscientização e mudança.

Dois textos de Reinaldo Azevedo, em seu antigo *blog* no portal da revista *Veja*, também são bastante alusivos quanto à conjuntura que retratamos. No primeiro deles, com o título "Os skatistas, a privatização da praça, o gás de pimenta e a cultura da reclamação"[14], vemos sua caracterização do que acontecia na Praça Roosevelt, em São Paulo. O jornalista traz um vídeo compartilhado no YouTube por um skatista, denunciando a abordagem truculenta da Guarda Civil Metropolitana do município, no início de 2013. Certamente, o discurso envolto na coluna de Azevedo reafirma uma série de estigmas associados aos skatistas e, uma vez mais, vemos a força da mídia e de seus atores na propagação e na validação dos rótulos propostos ao grupo.

O jornalista afirma que os skatistas, após a reforma da praça, "privatizaram o espaço público" e que intimidam os demais usuários do local, que correm risco de serem atropelados por conta de alguma manobra. O trecho em destaque traz de maneira bem contundente a opinião de Reinaldo Azevedo sobre o tema:

> A Praça Rossevelt foi projetada para a prática do skate? Resposta: "Não!". Os bancos foram pensados para ser obstáculos e plataforma de manobras? Resposta: "Não!". Por isso, diga-se, muitos já estão quebrados. É possível conciliar o passeio de pedestres com skatistas tomados pelos fumos da adrenalina? Se você quer ter a perna, o braço ou crânio rachados, a resposta é "sim". Qual era a única coisa sensata a fazer? Ora, o óbvio: proibir a prática do skate no local. É o que se faria nas boas democracias do mundo. O espaço, que é de todos, não pode nem ser entendido como espaço de ninguém nem como espaço de um grupo.

É retratada essa combinação tida como impossível. Os skatistas não devem conviver com as pessoas "comuns", eleitas para serem as usuárias da praça, e não devem dar outros usos para esse espaço público. São, então, marcados como riscos e, portanto, devem ser proibidos de estarem ali. Em outra

passagem, na qual Azevedo fala sobre a abordagem policial no episódio, ele reafirma: "(...) os skatistas não têm de estar ali, ora bolas! Eles não podem privatizar o espaço público. Mas sabem como é… Na era da cultura da reclamação, cada tribo e cada grupelho têm mais é de reivindicar o que consideram os seus 'direitos'".

Para ele, a tribo do skate não tem direito à rua e deve estar isolada ou procurar um espaço que seja mais afeito às suas demandas. O jornalista em diversas passagens questiona o fato do skate ser chamado de esporte e sempre faz menção a isso com aspas (vale destacar que os próprios skatistas da modalidade *street* também não o veem como esporte), além de ironizar a idade dos skatistas, dizendo que não são exatamente "garotos".

> Em outubro, fez-se uma reunião, calculem, com representantes de uma associação de moradores da região e… dos skatistas! Sim, esses marmanjos – que, tudo indica, já estão com a vida ganha – foram tomados como parte legítima de uma causa, embora, por óbvio, não o sejam. Eles têm o direito de apresentar ao poder público a petição que lhes der na telha. Podem até reivindicar a derrubada da igreja que fica ao lado e a construção, no lugar, de uma pista de skate. Incompreensível é que a Prefeitura os tenha levado a sério.

Há uma reafirmação de estereótipos associados aos skatistas, como de desocupados, vadios e até mesmo criminosos. Por meio desse olhar, eles não devem ser levados a sério e não merecem atenção, sobremaneira do poder público. As falas ainda são representativas de uma deslegitimação dos movimentos de apropriação da praça pública e de pertença desse grupo aos lugares da cidade. Reações – muitas vezes exageradas – como essa justificam que os "desviados" se unam em diferentes tipos de associação para se manifestarem. É o que veremos com o exemplo do Coletivo XV, no qual encontramos o skate associado a um exercício de cidadania e política.

Mas a veiculação do caso dos skatistas na Praça Roosevelt, tratado por Reinaldo Azevedo, não teve fim com apenas um texto. Em resposta aos leitores de sua coluna, o jornalista publicou "Fascistas de skate"[15], no dia seguinte, para justificar algumas de suas falas. Logo no segundo parágrafo de seu texto, ele afirma:

> Dizem que chamei os skatistas de "vagabundos". É mentira! Vi aquele monte de indivíduos que deveriam integrar a chamada PEA (População Economicamente Ativa) sem ocupação numa sexta-feira gorda e invejei a sua condição. E, claro!, sugeri que, sem arrecadar dinheiro ao Estado, eles poderiam ao menos se abster de depredar os bancos que foram feitos para toda a população.

Novamente, o colunista sugere que os praticantes do skate presentes na Roosevelt não contribuem para a economia e, assim, reafirma os chavões anteriormente ativados por ele. Em verdade, após a negativa, ele reafirma, com outras palavras, as mesmas ideias. E o próprio título do texto é bastante indicativo de um tom alarmado acerca do tema: os skatistas na rua, praça pública, seu lugar eleito. Outro trecho do artigo merece destaque:

> Eu não associei o skate ao vandalismo porcaria nenhuma! Apontei um fato óbvio: os skatistas privatizaram a praça, que é de todos, e estão usando de modo inadequado um equipamento urbano. Sim, estão depredando os bancos, que não foram planejados para tal atividade. Sim, estão pondo em risco a segurança dos não skatistas. Sim, estão impondo aos outros a sua vontade. O YouTube está coalhado de vídeos com os "esportistas" no melhor da sua forma. Dá para constatar o respeito (ou "respeito"?) que têm pelos outros… Resolveram que a Praça Roosevelt, que pertence à comunidade, é propriedade de sua tribo.

Outras respostas aos leitores seguem no mesmo tom acusativo e apontam para uma necessidade de resolução do problema. Apesar das críticas feitas por Azevedo e da recorrente denúncia de uma privatização indevida por parte dos skatistas, é comum que se veja uma postura diferente. Os skatistas, muitas vezes, justamente por "ocuparem" os espaços públicos com frequência, lutam para que eles sejam bem cuidados, recebam manutenção adequada e tenham segurança. Inclusive, nas pesquisas de campo empreendidas, pudemos observar que a presença dos skatistas nos espaços públicos trazia mais confiança, o que eles também notam.

> Eu acho que antigamente a galera tinha uma outra visão e hoje em dia, pô, tudo bem, 6, 7 horas da noite, é muita gente realmente passando ali, mas, por exemplo, um grupo de mulheres que trabalhou até um pouco mais tarde, e que tá saindo nove, nove e meia, que já teria que passar ali num horário que já estaria mais deserto, eu tenho certeza que elas se sentem mais seguras, passando com os skatistas ali. Elas sabem, elas passam ali todos os dias, elas sabem que os skatistas não fazem nada. Tão ali andando, tomando uma cerveja, fumando um baseado, no máximo, e se sentem super seguras de ter alguém ali (Bruno, 37 anos, integrante do Coletivo XV).

No caso do "Baile do Ademar", os skatistas, rotulados como depredadores e vândalos, assumiram que a força dos rotuladores é mais forte. Assumiram os atos praticados por seus pares, reuniram 30 skatistas e abraçaram o Paço Imperial[16], comprometendo-se a limpar as pichações. No entanto, antes, chamaram a mídia, pois seu ato é, antes de tudo, estratégico e político.

Skate e política

As consequências do pânico moral e da rotulação levaram os skatistas a se organizarem e constituírem coletivos. Os que ocupam a Praça XV instituíram o Coletivo XV.

Conforme os casos relatados deixam ver, a prática do skate no espaço urbano faz-se como ação de resistência em meio a conflitos, perdas e rótulos estereotipados e negativos. Então, como enfrentamento a esse cenário conturbado, os skatistas também se voltam para a política. Não uma política como estratégia para alcance de poder, mas como ato coletivo de intervenção. O nome dos encontros do grupo sobre o qual estamos falando, Coletivo XV, bem reflete essa política (de afetos): "I Love XV". Podemos dizer que a fazem sobretudo por amor – tanto à prática do skate, quanto ao lugar que permite que subvertam a ordem, resistam, ocupem e transformem.

Um de nossos informantes, atuante na liderança do Coletivo XV, conta que a ideia da integração entre o grupo surge pela vontade de agir e transformar – "a gente tem que começar um protesto, um manifesto lá na XV, tentar pelo menos alguma coisa" (Bruno, em menção aos primeiros atos, em 2008). Ainda segundo dizem, o coletivo sempre se articula através das artes, apresentando os trabalhos desenvolvidos por seus articuladores e dando potências às mensagens que desejam transmitir. O intuito central é trazer um entendimento do skate como atividade artística, cultural e social, capaz de fomentar reflexões, interação e resistência. Sendo assim, algumas de suas realizações também se reverberam em efeitos positivos, como veremos adiante, com as ilustrações de outros textos na mídia.

"Ativismo, skate e arte: 'I Love XV' celebra 'tomada' de praça e cultura *street* no Rio"[17] é o título da matéria no portal do *Globo Esporte*[18], do canal *Globo*. Apenas a abertura já chama bastante atenção, sobretudo pelas palavras em destaque, como ativismo, arte e tomada, grafada entre aspas. Em sequência, ainda é dito: "O 'I Love XV' é símbolo da militância do skate e referência nos movimentos de *street* no Rio de Janeiro". Em tom positivo (de maneira oposta à menção de militância feita pelo jornalista Reinaldo Azevedo), o skate e o encontro que promove são vistos como algo a ser celebrado, especialmente em razão de uma programação 100% independente, que dá relevo a uma diversidade de pessoas e expressões culturais. Dois parágrafos do texto merecem destaque:

> Foi por meio de edições anteriores e ainda amadoras do I Love XV que a prática passou a ser aceita como atividade cultural no Centro do Rio. Em 2011 o coletivo chegou à legalização do skate como prática esportiva na Praça XV, ponto hoje de

> referência para os praticantes. Em homenagem à conquista, o evento de domingo abre com a grande "skateata", que sai do aquário e vai até a praça.
>
> - No começo éramos uma manifestação/protesto de muito amor pela Praça XV. Nascemos assim, como uma explosão de revolta que se organizou com o tempo e decidiu utilizar de inteligência e união para mostrar aos cidadãos e ao poder público que o skate e a ocupação do espaço público são positivos para a cidade. Após conseguirmos a liberação em 2011, o I Love XV se tornou uma celebração da conquista. Hoje em dia conseguimos apoio para o evento, mas tudo continua sendo feito de maneira independente e sem fins lucrativos. De skatista para skatista. E com muito amor sempre, pois isso nunca pode morrer, caso contrário tudo deixa de fazer sentido – comenta Pharrá Buarque, integrante da produção do evento.

As falas põem em realce as noções de "aceitação", cidadania, política e poderes. Podemos nos remeter à rua como possibilidade de ser o "palco da cultura participativa", conforme caracterizou Pais (2005) e um afrouxamento do poder dos planejadores da cidade, de quem falou Certeau (1998). Ou mesmo uma aproximação entre os desviantes e eles – algo que conseguimos associar como um "risco" de se fazer política: igualar-se, de alguma maneira. Talvez não de forma consciente, mas para que se consigam alcançar determinados objetivos.

Na organização política que elaboram, os skatistas do Coletivo XV não só conseguem se tornar resistência, ocupar e transformar a rua, como também conquistam, por vezes, uma outra recepção das práticas que realizam, diferentes das imagens – comumente estereotipadas – que o envoltório do pânico moral concebe.

É interessante perceber que, nesse contexto, ainda que falando sobre poderes e políticas, em vez de falarmos em partidos, tratamos sobre um coletivo. A palavra traz uma potência e aciona a noção de algo pensado em prol do comum, constituindo convivência, laço e ação. Como vimos, é dessa forma que se projetam os movimentos do grupo. Assim, a subversão da ordem torna-se exercício de cidadania. Como na fala de Wilson Domingues, mais conhecido como Wilbor, integrante do Coletivo XV, para reportagem do site de notícias *Brasil de Fato*[19]:

> Na primeira fase, éramos expulsos da Praça. Agora, a modificamos visualmente. Mas modificamos não para transformá-la em uma pista de skate. Sentimos a necessidade de andar de skate na rua, porque nossa modalidade é o *street* skate. E não só para praticar o skate, mas também viver a rua, encontrar as outras pessoas, outros grupos urbanos, grupos de bicicleta, de hip-hop, de dança, estar no meio da rua e ver esse movimento, ter a liberdade de reinterpretar o espaço e ter a oportunidade de repensar o espaço e modificá-lo.

Em outras palavras, podemos dizer que os atos dos skatistas, ao ressignificarem as ruas e seus obstáculos por meio de manobras ou outras formas de

ocupação, acabam por expressar: o skate não é crime! A busca é privilegiar o encontro, o fluxo, a apropriação e a pertença. E fazem isso de maneira inventiva, singular e, especialmente, afetiva.

***

Entre as subculturas juvenis, as cidades e o senso comum, há um fenômeno social que os associa e que se perpetua: o "pânico moral". Com os skatistas, não seria diferente.

O *street* é uma modalidade do skate que se desenvolve no processo de desconstrução dos espaços urbanos. Como vimos pontuando desde o primeiro capítulo deste livro, é na transgressão do ordenamento das cidades que os skatistas elaboram as manobras e reelaboram as geografias. Nem sempre, ou quase nunca, os enunciados que são produzidos dentro da subcultura fazem sentido para quem está de fora. Mas, neste caso, quem está dentro é o *outsider*.

O "pânico moral", no caso dos skatistas, está diretamente relacionado com os usos que fazem da cidade. Matérias e colunas dos jornais e revistas denunciam o "vandalismo" em praças públicas, monumentos e prédios históricos. O barulho, a "privatização" do espaço público e os movimentos acelerados são também motivo de demonização da subcultura.

De outro lado, o que encontramos são atitudes conscientes de cidadãos que reivindicam sua existência no caos urbano por meio da ocupação daquilo que, por direito, também lhes cabe: a cidade. Galpões, quadras, praças, prédios, ruas que estão abandonadas são transformados em pistas, *bowls*, obstáculos, lugares para encontros e trocas entre os skatistas. Foi assim com o espaço hoje já legitimado para a prática do skate na Lagoa Rodrigo de Freitas: um de nossos entrevistados relatou que, antes, o que se via por ali eram áreas esvaziadas, destinadas para o que deveria ser uma quadra de vôlei que nunca existiu. Já que ninguém usava, eles ocuparam. Hoje, a qualquer hora, podemos encontrar crianças, adolescentes e adultos praticando skate e dando vida ao que poderia ser mais um lugar ocioso do Rio de Janeiro.

Se ampliarmos o nosso olhar, talvez possamos encontrar outras formas de ocupação da cidade que também se dão por meio de disputas simbólicas e conflitos conflagrados. Por exemplo, o que alguns chamam de "desordem" urbana, outros chamam de favelas. O ordenamento urbano é uma forma de exclusão do que não se enquadra nos modelos autoritários de alguns projetos de cidade. A subversão, a transgressão ou a reapropriação dos espaços podem ser percebidas como sujeira, vandalismo, destruição, provocação, perigo. Ou, ao contrário, podem ser incorporadas como ações inclusivas e cheias de criatividade.

Referências

BECKER, Howard. *Outsiders:* estudos de sociologia do desvio. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2008.

CERTEAU, Michel de. *A invenção do cotidiano:* artes de fazer. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 1998.

COHEN, Stanley. *Folk devils and moral panics*: the creation of the Mods and Rockers. Londres: Routledge, 2011.

FREIRE FILHO, João; HERSCHMANN, Michael. Funk carioca: entre a condenação e a aclamação na mídia. *ECO-PÓS*, v. 6, n. 2, p. 60-72, ago./dez. 2003.

HAENFLER, Ross. *Subcultures:* the basics. Nova York: Routledge, 2014.

HAMILTON, Claire. Moral panic revisited: part one. *Irish Criminal Law Journal*, Dublin, v. 15, n. 1, 2005, p. 8-11.

MACHADO, Carla. Pânico Moral: Para uma Revisão do Conceito. *Interacções,* n.7, p. 60-80, 2004.

MCLUHAN, Marshall. *Understanding Media:* The Extensions of Man. Nova York: McGraw-Hill, 1964.

MOSCOVICI, Serge. *Representações sociais:* investigações em psicologia social. Petrópolis: Vozes, 2011.

PAIS, José Machado. Jovens e cidadania. *Sociologia, Problemas e Práticas*, Oeiras, n. 49, p. 53-70, set. 2005.

PEREIRA, Cláudia; ROCHA, Everardo. Retratos do outro: representação e memória na análise do desvio na publicidade. *Contracampo*, Niterói, v.35, n.1, abr./jul. 2016, p.125-141.

TUAN, Yi-Fu. *Espaço e lugar:* a perspectiva da experiência. São Paulo: DIFEL, 1983.

TURTON, Jackie. *Moral panics and youth crime – where are the girls?,* 2014. Disponível em: <https://discoversociety.org/2014/02/15/moral-panics-and-youth-crime-where-are-the-girls/>. Acesso em: 28/07/2018.

YOUNG, Jock. *The Drugtakers:* The Social Meaning of Drug Use. London: Paladin, 1971.

Notas

1 AUGUSTO, Francini. Prédios históricos são vandalizados após evento na Praça XV. *Rádio Band News FM*, Rio de Janeiro, 4 set. 2017. Disponível em: http://bandnewsfmrio.band.uol.com.br/editorias-detalhes/predios-historicos-sao-vandalizados-apos-even. Acesso em: 18 out.. 2018.

2 ROGERO, Tiago. Cdurp, da prefeitura, teme que vandalismo da Praça XV se repita, hoje, no Porto. *O Globo*, Rio de Janeiro, 6 set. 2017. Disponível em: https://blogs.oglobo.globo.com/ancelmo/

post/cdurp-da-prefeitura-teme-que-vandalismo-da-praca-quinze--se-repita-hoje-no-porto.html. Acesso em: 18 out.. 2018.

3 CARDOSO, Letycia. Skatistas fazem ato na Praça XV em repúdio a estragos e pichações promovidos por grupo. *Extra*, Rio de Janeiro, 9 set. 2017. Disponível em: https://extra.globo.com/noticias/rio/skatistas-fazem-ato-na-praca-xv-em-repudio-estragos-pichacoes--promovidos-por-grupo-21804406.html. Acesso em: 18 out.. 2018.

4 CARDOSO, Letycia; LIMA, Ludmilla. Depois de evento com pichações, skatistas abraçam o Paço Imperial. *O Globo*, Rio de Janeiro, 9 set. 2017. Disponível em: https://oglobo.globo.com/rio/depois-de-evento-com-pichacoes-skatistas-abracam-paco-imperial-21804797. Acesso em: 18 out. 2018.

5 Tradução livre do trecho: *"Societies appear to be subject, every now and then, to periods of moral panic. A condition, episode, person or group of persons emerges to become defined as a threat to societal values and interests; its nature is presented in a stylized and stereotypical fashion by the mass media; the moral barricades are manned by editors, bishops, politicians and other right-thinking people; socially accredited experts pronounce their diagnoses and solutions; ways of coping are evolved or (more often) resorted to; the condition then disappears, submerges or deteriorates and becomes more visible"* (Cohen, 2011, p. 1).

6 CÂMERA flagra grupo de skatistas pichando o Centro de Sorocaba. *G1,* Sorocaba e Jundiaí, 10 dez. 2014. Disponível em: http://g1.globo.com/sao-paulo/sorocaba-jundiai/noticia/2014/12/camera-flagra-grupo-de-skatistas-pichando-centro-de-sorocaba-veja.html. Acesso em: 29 mar. 2019.

7 Segundo Lemert (1951, p. 447), a cultura de controle social é constituída por "(...) leis, procedimentos, programas e organizações que, em nome da coletividade, ajudam, reabilitam, punem ou manipulam os desviantes".

8 De acordo com a definição de Haenfler (2014), uma subcultura é "uma rede social relativamente difusa que tem uma identidade compartilhada, significados distintivos em torno de certas ideias, práticas e objetos e um senso de marginalização ou resistência em relação à sociedade vista como convencional". Tradução livre do original: "*Subculture: A relatively diffuse social network having a shared identity, distinctive meanings around certain ideas, practices, and objects, and a sense of marginaliza-*

tion from or resistance to a perceived conventional society" (Haenfler, 2014, p. 16).

9 Disponível em: https://www.explainxkcd.com/wiki/index.php/172:_Skateboarding_is_Not_a_Crime. Acesso em: 18 out. 2018.

10 Disponível em: https://en.wikipedia.org/wiki/NHS,_Inc.. Acesso em: 18 out.. 2018.

11 Entrevista realizada por Cláudia Pereira e Elena Cruz, em de maio de 2017, no Rio de Janeiro.

12 Os nomes aqui utilizados são fictícios, para preservar a identidade dos entrevistados.

13 ESTRELA do skate diz que se sente um criminoso com vigilância da polícia. *SporTV,* São Paulo, 21 mai. 2013. Disponível em: http://sportv.globo.com/site/programas/zona-de-impacto/noticia/2013/05/estrela-do-skate-diz-que-se-sente-um-criminoso-com-vigilancia-da-policia.html. Acesso em: 04 jan. 2019.

14 AZEVEDO, Reinaldo. Os skatistas, a privatização da praça, o gás de pimenta e a cultura da reclamação. *Veja*, 7 jan. 2013. Disponível em: https://veja.abril.com.br/blog/reinaldo/os-skatistas-a-privatizacao-da-praca-o-gas-de-pimenta-e-a-cultura-da-reclamacao. Acesso em: 05 jan. 2019.

15 AZEVEDO, Reinaldo. Fascistas de skate. *Veja*, 8 jan. 2013. Disponível em: https://veja.abril.com.br/blog/reinaldo/fascistas-de-skate. Acesso em: 05 jan. 2019.

16 Cf. nota 4.

17 ATIVISMO, skate e arte: "I Love XV" celebra "tomada" de praça e cultura street no Rio. *GloboEsporte.com*, Rio de Janeiro, 27 jul. 2017. Disponível em: https://globoesporte.globo.com/radicais/skate/noticia/ativismo-skate-e-arte-i-love-xv-celebra-tomada-de-praca-e-cultura-street-no-rio.ghtml. Acesso em: 15 jan. 2019.

18 O *Globo Esporte* é um programa fixo na grade da emissora *Globo*, destinado exclusivamente aos esportes.

19 MIRANDA, Eduardo. Skatistas fazem da Praça XV, no Rio de Janeiro, lugar de resistência e cultura. *Brasil de Fato*, Rio de Janeiro, 29 mai. 2018. Disponível em: https://www.brasildefato.com.br/2018/05/29/skatistas-fazem-da-praca-xv-no-rio-de-janeiro-lugar-de-resistencia-e-cultura. Acesso em: 15 jan. 2019.

Capítulo 5

"Nossa, véio! Que máquina, brother": o skate como *ideia* na publicidade

Joana Beleza, *João Vitor Rodrigues* e *Elena Cruz*

Poucas vezes vimos tantos skatistas habitando o mundo publicitário, no momento em que realizamos a pesquisa, seja como personagem em anúncios e comerciais, seja como parte de eventos patrocinados. Isso despertou atenção e buscamos, então, observar esse fenômeno, considerando, especialmente, que a cultura do skate se mostra contra o *status quo*, o capitalismo e o caráter meramente publicitário da maioria das ações das marcas que querem se ver a ela associadas. Vamos, então, analisar algumas peças que trazem os skatistas para a cena midiática, a fim de tentar compreender de que modo se dá a apropriação de uma figura tão antagônica ao sistema mercadológico. Abrimos também espaço, neste capítulo, para que o próprio grupo – em diálogo – construísse aqui seus discursos, expressões e prioridades. Antes dessa exposição, porém, daremos um rolé por uma teoria um pouco espinhosa, sobre representações sociais. Afinal, são os obstáculos que promovem uma boa manobra.

Desde o século XIX, a psicologia e a sociologia, entre outras ciências, estudam as representações sociais, o que permitiu importantes contribuições para o estágio de conhecimento contemporâneo sobre o assunto. Neste capítulo, buscamos refletir, especificamente, acerca da relação entre a representação social e a comunicação, enfatizando a contribuição da publicidade neste processo. Os estudos relacionados às representações sociais – interessa notar –, buscam uma observação mais ampla do ser humano nessa dinâmica, contribuindo também para compreender, de um modo geral, as atitudes do sujeito, a produção de ideias, sua concepção do pensamento, seus modos de interpretar situações e reagir a elas, muitas vezes envolvidas por um senso comum já instalado socialmente.

Propomos aqui analisar especificamente as representações dos skatistas e seu universo na publicidade, ilustrações que colaboram também para a criação do senso comum sobre a moral e a ética, uma vez que discursos emitidos pelos meios de comunicação de massa podem atingir o jovem, que ainda experimenta papéis sociais. A mídia orienta eventuais interpretações do grupo,

e também cria referências de como devem – eles mesmos – se comportar ou expressar. Desse modo, a análise revela o imaginário acerca de um estereótipo anunciado para a massa, e as implicações que tal discurso atinge socialmente.

Para uma breve teoria das representações sociais

O sociólogo Émile Durkheim (2007 [1895]) é o primeiro autor que mencionamos aqui para observar os estudos de representação social, caminho necessário para posteriormente analisarmos as representações midiáticas e de campo do skatista. Segundo observa Durkheim, um sociólogo não deve procurar verdades absolutas, mas interrogar primeiro, em um nível mais elevado, as representações coletivas, fugindo, assim, e sobretudo, das compreensões do senso comum. Desse modo, sugere que o objeto de estudo seja visto como "coisa" – em oposição à ideia já constituída –, no intuito de estabelecer um maior distanciamento quanto àquilo que representa. Para o autor,, são "coisas" tudo aquilo que não é inato ao humano, que não é passível de compreensão sem explicação social, que necessita, por isso, de observações e experimentações. Assim, as decisões e comportamentos dos sujeitos são guiados por uma compreensão de mundo herdada, questões repetidas, e não "naturais". Tal observação é fundamental para Durkheim, que usa o termo "fato social" para alcançar a tangibilidade das ações e sentimentos exteriores ao ser humano. O autor considera os fatos sociais como as crenças e práticas coletivas, possuidoras de força moral na sociedade. Neste capítulo, tratamos o universo do skate – o modo de ser skatista – como um "fato social" e também buscamos desconstruir qualquer ideia a priori sobre o skatista para observá-lo sobretudo a partir das descobertas do campo.

Ainda com Durkheim, interessa considerar que são justamente as normas e regras que trazem estabilidade a um determinado grupo. Sem essas diretrizes, uma organização coletiva não adquiriria a consistência que a estabelece e conduz ao longo do tempo. Neste sentido, é possível observar, por exemplo, as identidades dos indivíduos e grupos como fatos sociais cujos valores passaram a ser compartilhados. No entanto, os valores que se distanciam do fato social podem ser tomados, pelo senso comum, como um ato subversivo. Foram diversos os tipos de grupos e representações que discordaram dessa herança coercitiva, como os hippies, os punks e tantos outros movimentos de resistência.

O psicólogo social Serge Moscovici (2015) baseia sua teoria das "representações sociais" em Durkheim, porém, avança, de forma crítica, ao tratá-las não como um "conceito" fixo, mas como "*fenômeno* social". Esta nova

concepção confere às representações sociais um dinamismo que, antes, não se colocava. É oportuno para essa análise mencionar que Moscovici (2015) também reflete acerca do papel da comunicação nas representações sociais. O autor compreende que a comunicação entre os indivíduos – a "arte da conversação" – possibilita associações entre as experiências vividas, de modo a compartilhar ideias, alcançando o senso comum. No entanto, é importante frisar que a forma de compreender as representações sociais vai além de apenas observar o comportamento humano, uma vez que moldam também as percepções, os pensamentos, e possibilitam a interação. Moscovici estuda a representação social analisando o processo de construção da realidade pela sociedade: as trocas comunicacionais, a criação de grupos, as formas de se observar o cotidiano.

De acordo com Moscovici, são duas as principais funções das representações sociais: convencionalizar e prescrever. Convencionalizam no sentido de que o sujeito busca por categorias ou modelos em seu imaginário para compreender aquilo que lhe é representado. Essa função dispõe de um caminho de associações: os indivíduos, assim, vinculam cada "nova" representação a uma convenção já existente, construída especialmente pela linguagem e pela cultura. Por outro lado, as representações também prescrevem – essa função parte do princípio de que existe já um pensamento "pronto" e "direcionado" para cada ação. Ideias que foram repetidas ao longo do tempo e se tornam, de certa forma, um raciocínio "espontâneo" – ou uma tradição.

De maneira a destacar sua importância nesses processos, Moscovici entende que os meios de comunicação podem interferir também nas transformações sociais – embora não sejam uma parte privilegiada nem exclusiva nos sistemas de troca de informação –, pois atingem os indivíduos e suas subjetividades, e orientam a sociedade para percepções de um senso comum.

Os meios de comunicação de massa, cujo objetivo é persuadir, são uma parte secundária da rede total de comunicações. Não existem razões que fundamentem o fato de se lhes destinar um status privilegiado em comparação com outros processos de troca de informação, que se dão em comunidades sociais, políticas ou religiosas, nos mundos do teatro, do cinema, da literatura, do lazer. A cultura é criada pela e através da comunicação; e os princípios organizacionais da comunicação refletem as relações sociais que estão implícitas nele (Moscovici, 2015, p. 155).

Para Moscovici, a representação é social porque há nela aspectos simbólicos que traduzem cognições – significam algo –, servindo, por isso, à

comunicação. Observar o mundo através de universos consensuais – o autor explica – traz conforto ao indivíduo. As representações sociais familiarizam o "não familiar" ou simplesmente identificam em algo uma não familiaridade. Segundo Moscovici, essa familiaridade pode ser atingida via "ancoragem" ou "objetivação". A ancoragem traz a possibilidade do sujeito classificar algo estranho, não familiar, a partir de seu conjunto de ideias já vividas ou imaginadas. Assim, o objeto que poderia trazer um afastamento é então classificado e localizado pelo sujeito, e, por consequência, passa a "incorporar" as regras desta mesma categoria. A objetivação, por sua vez, transforma aquilo vivido no mundo das ideias em algo tangível – atribui um conceito (uma forma) a uma imagem.

Outro estudioso que contribui para a reflexão e possibilita novas formas de observarmos o skatista é Stuart Hall (2016). O autor considera que os modos de nos relacionar e sermos aceitos também dialogam com a noção de cultura, que está intimamente associada à linguagem. Hall compreende que a representação é uma prática que produz sentidos coletivos, e que a cultura orienta a forma de interpretar esses sentidos, uma vez que constrói significados, a partir da linguagem – um código comum –, possibilitando que os indivíduos interpretem o mundo da mesma maneira. A linguagem, é, neste sentido, portanto, fundamental nos processos de representação para significar aos indivíduos conceitos, ideias e sentimentos, viabilizando a comunicação. As ideias de Hall, embora de natureza bastante distante da perspectiva durkheimiana, já que pressupõem a possibilidade de mediação – o que não existiria para Durkheim – , podem se encontrar, de um certo modo, com Moscovici. Isso ocorreria diante da noção de que os significados culturais adquirem sentido pelas práticas sociais, e que são os participantes de uma cultura/educação aqueles que designam coletivamente o sentido dos fatos. São, pois, sistemas de significação que resultam em identidades, e identidades que necessitam de representações sociais para existirem ou se sustentarem.

Dessa maneira, ao observar um grupo social, é possível identificar que seus membros se aproximam não apenas pela aparência física, mas também por fatores como linguagem, modos de pensar, vestuários e comportamentos. São sistemas representacionais, de acordo com Hall, atribuídos durante a vida coletiva e que mostram ao indivíduo como interpretá-la. Esses sistemas também estão presentes na publicidade sob diferentes aspectos – na escolha dos elementos cenográficos, figurinos, e de personagens. Nas seções 2 e 3, observaremos como essa dinâmica ocorre, na prática, no contexto do skate.

De um lado, os sistemas de representação de Hall orientam os indivíduos no sentido de se relacionarem com ideias e convenções. De outro, o fato social mostra que tais convenções são pilares da ordem e da moral – práticas trajadas de *naturalidade* – que o pesquisador deve ter a intenção de despir. No entanto, ser parte de uma sociedade significa fazer parte de grupos diferentes entre si, mas que ao mesmo tempo partilham de algumas crenças, ideias, interpretações e regras experimentadas na vida cotidiana. Não é correto compreender a representação como cópia da sociedade. "Representar significa, a uma vez e ao mesmo tempo, trazer presentes as coisas ausentes e apresentar coisas de tal modo que satisfaçam as condições de uma coerência argumentativa, de uma racionalidade e de integridade do grupo" (Moscovici, 2015, p. 216).

O fato social, como definido por Durkheim, exerce uma coerção social sobre aqueles que não estão alinhados com seus pensamentos, o que explicaria, historicamente, diversos grupos sociais se confrontando, mostrando uma maneira própria de se portar, de estabelecer lugares e estilos de vida. Como exemplo, nos termos de Durkheim, podemos trazer a anomia dos citados hippies, punks, ou ainda, dos skatistas, grupos que, a sua maneira, demonstram contrariedade a uma convenção pela qual não se sentem representados. Tais representações fora do padrão moral instituído ocasionam comentários, restrições, exclusões e quaisquer outros meios de colocar o sujeito transgressor apartado.

Entre tantas reflexões, voltamo-nos principalmente para o olhar de Moscovici para sustentar as descobertas em campo. Analisaremos, abaixo, algumas imagens do skate na publicidade e, em seguida, algumas imagens e discursos produzidos pelo próprio grupo, a fim de demonstrar, sob diferentes perspectivas, a relação entre essas *representações sociais* que se atravessam.

Representações midiáticas do skate: as campanhas publicitárias

Nesta seção apresentaremos exemplos de como o skate é inserido e contextualizado em algumas campanhas publicitárias no mercado brasileiro. A partir da identificação dos objetos mais comumente associados a skates e skatistas e da análise do discurso nas campanhas publicitárias, buscamos relacionar a apropriação dos significados dessa subcultura com as perspectivas dos praticantes e da mídia, quando essa faz uso de símbolos e linguagem característicos para construir significados associados ao consumo de produtos. Abordamos campanhas do Guaraná Antarctica, da Bauducco, do Itaú, da Nike e da Vans, essa última sendo a única que está desde sua criação envolvida genuinamente com o universo dos skatistas.

A primeira campanha para análise é um vídeo do Guaraná Antarctica de 2008[1]. Nele, três jovens em seus skates param de frente a uma máquina de refrigerante que atira em suas mãos uma latinha de Guaraná. Ao segurar as latinhas, um deles reage: "Nossa, véio! Que máquina brother! Vem com a gente!". E então a máquina de refrigerante se desconecta da tomada na parede e sai com eles pela cidade em cima de um skate, saltando pistas, escadas e obstáculos. Enquanto as cenas mostram os jovens e a máquina de refrigerante cortando a cidade em cima de um skate, o narrador do vídeo anuncia: "Guaraná Antarctica é *street* que nem você, por isso, vai trazer a segunda edição do GAS, Guaraná Antarctica Street Festival. As feras do skate, do in-line e do grafite com as feras da música[2]" . Além das bandas de música, o festival contou com a presença de personalidades do skate anunciadas como atrações, entre eles, Bob Burnquist, Sandro Dias e Danny Way, campeão mundial de skate, cujo feito é ressaltado como ponto alto entre as atrações – ele saltou sobre a Muralha da China.

O festival era mais uma das ações do Guaraná Antarctica que, no ano anterior, já havia anunciado patrocínio para a produção de um documentário chamado *Vida sobre rodas*. O filme contaria a história dos últimos vinte anos de skate no Brasil, a partir das trajetórias de quatro grandes nomes: Bob Burnquist, Sandro Dias, Lincoln Ueda e Cristiano Mateus[3]. Uma terceira edição aconteceu em 2009, mantendo o mesmo propósito de reunir música, esportes e interações artísticas sob a curadoria do Guaraná Antarctica. Essas não seriam as únicas vezes em que a marca de refrigerantes apareceria de alguma forma relacionada ao skate, fosse em campanhas publicitárias ou patrocínio de eventos do esporte e seus atletas. Tampouco o skate seria a única atividade relacionada às campanhas da marca, já que, ao longo dos anos seguintes, o futebol, o surfe e até o snowboard aparecem em anúncios do Guaraná ou recebem patrocínio para eventos. No entanto, a frequência com que o skate em particular aparece nas campanhas de Guaraná Antarctica permite notar o esforço de uma marca para atribuir significado ao consumo do seu produto através da representação de uma subcultura como a do skate, de modo a criar identificação de linguagem, principalmente com o público jovem.

Nos anos seguintes, os vídeos das campanhas publicitárias do Guaraná Antarctica não dispensaram mostrar o skate e seus praticantes nas cidades, saltando sobre "as rodinhas", ultrapassando obstáculos, vibrando a liberdade do jovem que está disposto a aproveitar a vida, se divertir, estar com os amigos fazendo aquilo de que gosta. Foi assim, por exemplo, em um vídeo usado em campanhas de 2009 e 2010, cuja letra da música reforça que o final de semana

é o momento de extravasar e festejar. Nesse vídeo[4] , entre tantas atividades para aproveitar o final de semana, uma das opções é o skate. E esse ponto é importante ressaltar, visto que a marca apresenta o skate como uma atividade de lazer para os finais de semana – uma mera representação de descontração associada à linguagem na mensagem da campanha, mas que se distancia do lugar que o skate ocupa para seus praticantes e atletas.

Outro vídeo[5], em 2010, destaca na trilha sonora a energia do brasileiro para transformar qualquer encontro em uma festa. Era ano de Copa do Mundo de Futebol e, embora o conteúdo do vídeo destacasse a capacidade dos brasileiros de comemorar juntos, mais uma vez o skate estava lá, mostrando pessoas que usam essa energia para se divertir. Em 2011, um desenho animado em formato de série, com oito episódios, produzidos pela marca e publicados no YouTube, mostra histórias de personagens adolescentes e situações de seu cotidiano. Voltados para o público infantojuvenil, os episódios do desenho animado não deixam de mostrar o skate como forma de diversão de um dos personagens[6].

Mais recentemente, o skate voltou a figurar em destaque em outra campanha publicitária do Guaraná. De acordo com diretores da marca[7], a campanha "Sua natureza pede. Bora lá", de 2015, tinha como objetivo motivar os consumidores a assumir o papel de protagonistas de suas atitudes, adotando um estilo de vida mais descontraído e espontâneo para vivenciar experiências inesquecíveis. Novamente, o skate aparece nas peças publicitárias e vídeos da campanha, de maneira a destacar a emoção proporcionada pela liberdade e pela velocidade que sentiria quem se arrisca a viver tais experiências.

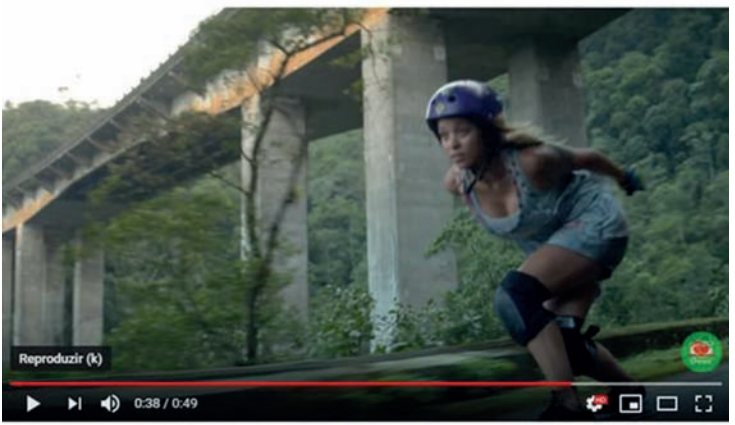

Figura 1. Cena do vídeo da campanha de 2015 "Bora lá", do Guaraná Antarctica[8].

Os personagens dos vídeos eram personalidades da internet ou atletas de destaque nas modalidades esportivas apoiadas pela marca. Reine Oliveira, atleta de skate de ladeira, é uma das que aparece no material da campanha. Descendo por um trajeto conhecido por skatistas da modalidade, no Parque Estadual da Serra do Mar, em São Paulo, os profissionais selecionados aparecem fazendo curvas sinuosas enquanto o narrador convida: "Bora lá fazer um lance juntos". Todas as cenas buscam mostrar momentos, encontros, situações relacionados a experiências marcantes, como entrar no mar à noite ou descer aquelas curvas de skate em alta velocidade. O que vale ressaltar aqui é que, outra vez, o skate é retratado como uma aventura desafiadora, usando a linguagem publicitária para criar uma representação de diversão mais do que uma subcultura com suas linguagens próprias, mais do que uma modalidade esportiva ou atividade com comprometimento e disciplina, na forma como veem, genuinamente, seus atletas e praticantes.

Quando, em 2007, a marca Guaraná Antarctica apoia a produção de um documentário sobre a história do skate no país, há, provavelmente, o interesse de gerar uma aproximação com a cultura do skate e de promover impacto positivo também sobre a percepção dos praticantes da modalidade e dos atletas profissionais. Tal investimento acena para eles como o reconhecimento do skate enquanto prática que exige comprometimento e dedicação de seus praticantes, especialmente aqueles em nível de competição profissional. Por outro lado, o que se pode ver retratado nas campanhas publicitárias do Guaraná é o skate como diversão, brincadeira, experiência com desafios.

E é justamente esse o ponto em análise aqui, a representação do skate por uma marca de consumo que não está necessariamente envolvida com as práticas dessa subcultura. Nas campanhas publicitárias do Guaraná Antarctica, o skate é sempre mostrado como uma opção de diversão, tal qual um mergulho no mar ou um encontro com os amigos no fim de tarde. Mas não se trata de uma escolha casual na forma de inserir o skate na mensagem da marca para seu público. É, na verdade, uma forma de representação que vai ao encontro do que Moscovici acredita ser a formação de universos consensuais – levando conforto aos indivíduos para reconhecer e compreender aquilo que se passa diante de seus olhos. Dessa forma, um objeto, como o skate nesse caso, é localizado, classificado e posto em uma categoria em que se agrupa com outros objetos semelhantes, elaborando um conceito para aquela imagem.

Dinâmicas desse tipo são facilmente reconhecidas em tantas outras marcas que fazem uso de referenciais semelhantes a esse do skate para associar seus

produtos a estilos de vida, consumo e experiências. É possível identificar algo semelhante em marcas que usam referenciais de esportes como o golfe e o tênis, por exemplo, para ressaltar elegância, exclusividade e luxo. Suas mensagens em campanhas de marketing reforçam símbolos que representam esses status, facilmente reconhecidos pelos indivíduos em geral. A marca Bauducco veiculou, em 2015, uma campanha na qual adolescentes skatistas conversam sobre uma situação que envolve relacionamentos amorosos. Na cena, carregam objetos que os indicam como pertencentes deste universo. Além do skate propriamente dito, o figurino e o local escolhido também remetem à prática. No entanto, o skate é mero coadjuvante e está inserido na caracterização da cena para permitir, entre outras direções, que o público reconheça aquele como um momento oportuno para consumir biscoitos Bauducco. A cena mostra uma situação que poderia se passar em qualquer outro lugar – em uma sala de aula, na praia, no cinema, em uma festa – porém, faz uso do universo do skate para estabelecer a compreensão da mensagem, uma vez que parte talvez do pressuposto de que, como tantas outras vezes antes, a presença do skate significa descontração, diversão com amigos.

Figura 2. Cena do vídeo da campanha de Bauducco em 2015[9].

Já o Banco Itaú, em duas ocasiões, fez uso do skate em contextos que tentavam contrapor a dificuldade da prática do skate com a facilidade e os benefícios dos produtos financeiros oferecidos. Em campanha sobre a redução das taxas de juros do cartão de crédito, por exemplo, mostra pessoas que experimentam desastrosamente deslizar com o skate em pistas "profissionais", enquanto o apresentador Luciano Huck ressalta: "Tem coisas que nem todo mundo consegue fazer, mas, com o Itaucard 2.0 juros baixos no cartão todo mundo pode ter"[10]. Outra campanha do Itaú, em 2012, traz a apresentadora de

programas culinários Palmirinha aprendendo, com seu neto, a andar de skate[11]. Na hora de praticar, porém, o celular sinaliza uma notificação, ela busca o aparelho no bolso, desequilibra e cai. Palmirinha então revela ao neto que a distração com a notificação a fez perder o equilíbrio e cair, mas a mensagem do Itaú continha seu saldo, que ela passou a administrar através do celular, facilitando sua forma de gerir a conta bancária. Tanto neste caso quanto no anterior, o Itaú parece atribuir ao skate um caráter de prática desafiadora, mais desafiadora até do que lidar com produtos bancários, que agora podem ser facilmente usufruídos por seus clientes.

Figura 3. Cena do vídeo da campanha do Itaú "Palmirinha 30 horas" em 2012[12].

Vale ressaltar que até aqui os exemplos citados não pertencem a marcas que comercializam produtos relacionados ao universo do skate, especificamente, mas de marcas que se apropriam do skate e de seus significados para atribuir valor à representação de consumo de seus produtos, inserindo-o, assim, em uma dinâmica que possibilita ao público estabelecer um reconhecimento do significado da mensagem que a campanha publicitária deseja promover para atingir seus objetivos de marketing.

Em 2012, a marca de artigos esportivos Nike fez uma aproximação com o universo do skate na campanha "Encontre sua grandeza". A campanha, em vídeos com atletas olímpicos e personalidades de alguns esportes por ela patrocinados, foi veiculada mundialmente, com adaptações para mostrar atletas de cada região. No Brasil, ganharam destaque, entre outros, Neymar, Anderson Silva, Maurren Maggi, e o skatista profissional Luan Oliveira. Das modalidades representadas, apenas o surfe e o skate não constituíam ainda modalidades olímpicas. Apesar disso, Luan Oliveira não era ali o único skatista profissional. Participava também

da campanha Paul Rodriguez, americano, campeão de quatro edições dos X Games (2004, 2005, 2009 e 2012), evento esportivo considerado a versão dos jogos olímpicos para esportes radicais. O sucesso de Paul, inclusive, levou a Nike a lançar, em 2013, um modelo de tênis que leva seu nome, vendido ainda hoje. Naquela campanha de 2012, ao reunir atletas e apresentar cenas dos treinos e da preparação antes das competições, a Nike afirmava em sua mensagem publicitária que todos podem encontrar sua grandeza, basta querer e fazer com que isso aconteça. Paul Rodriguez e Luan Oliveira aparecem juntos em três momentos do filme[13] (8", 24", 46"): ao darem o impulso inicial para "subir" no skate; ao saltar obstáculos na cidade e ao comemorar o sucesso de uma manobra. O filme termina com a cena de um jovem skatista, na faixa dos 10 anos, comemorando a conquista de uma manobra, após ter sido incentivado a descer uma rampa de skate.

Um dos aspectos que diferenciam aquelas campanhas comentadas anteriormente e a da Nike é o fato de que essa é uma marca de artigos esportivos, o que pode promover maior aproximação entre sua mensagem publicitária e a forma como o skate é representado em cenas de vídeos, personagens e fotos, ainda que o skate esteja presente principalmente como um elemento dentro do cenário daqueles produtos esportivos que estão sendo colocados à venda – e isso não é muito diferente do que acontece com outras marcas que fazem uso dos mesmos recursos. Por outro lado, também o Guaraná Antarctica, cujo produto não possui necessariamente uma proximidade com o universo do skate, tentou passar da representação midiática para um nível maior de envolvimento, quando financiou aquele documentário, promoveu festivais mesclando artes, música e esportes e patrocinou atletas da modalidade. Ainda assim, um viés mercadológico muito forte parece agir sobre suas decisões, uma vez que o skate talvez represente para a marca também a possibilidade de dialogar com este público através da linguagem publicitária, gerando identificação, e esperando que venha a tornar-se consumidor. Na tentativa de promover maior credibilidade nessa identificação entre marca e público, a campanha de 2015 ("Bora lá") incluiu praticantes profissionais de skate, como já mencionado anteriormente. Para o grande público, talvez esse seja um aspecto e um mérito não reconhecidos facilmente, afinal, aqueles skatistas não possuem projeção midiática tão grande quanto jogadores de futebol no Brasil. Porém, a presença desses skatistas profissionais pode minimizar os riscos de a representação do skate passar apenas por uma estereotipização, uma vez que os códigos da linguagem do skate se fazem presentes pela forma como os skatistas dominam equipamentos, movimentos e gestos que são próprios de seus grupos.

Na outra ponta, entre as marcas que usam ou já usaram o skate em campanhas publicitárias, está a marca de tênis, vestuário e acessórios Vans. Criada na Califórnia, na década de 1960, ganhou notoriedade junto aos skatistas, quando perceberam os benefícios das solas grossas de borracha dos tênis para a prática. A história da marca descreve o lançamento de um modelo, em 1978, com cano mais alto, recomendado para proteger a canela dos skatistas, como um marco na popularização dos seus tênis entre os praticantes. Dez anos depois, lançam o modelo Full Cab, o primeiro criado por um skatista, Steve Caballero, e que é reconhecido, vinte anos mais tarde, como o tênis de skate mais importante da história, segundo afirma a própria Vans. E daí em diante a história da marca continua fortemente associada a esta prática, inclusive com a construção de uma das maiores pistas de skate na Califórnia, em 1998; com a coprodução de documentários sobre as origens do skate, em 2001; com a organização e patrocínio de eventos ligados aos esportes radicais, entre outras ações de marketing até os dias atuais. Mais do que levar o skate para suas campanhas publicitárias, tem o sucesso do seu principal produto relacionado à história do skate ao longo dos últimos quarenta anos.

> [as representações] convencionalizam os objetos, pessoas ou acontecimentos que encontram. Elas lhes dão uma forma definitiva, as localizam em uma determinada categoria e gradualmente as colocam como um modelo de determinado tipo, distinto e partilhado por um grupo de pessoas (...) Essas convenções nos possibilitam conhecer o que representa o quê. (Moscovici, 2011, p. 34).

Com esses exemplos, o que se pode perceber é uma certa tensão entre a representação e a mera estereotipização do skate nas campanhas publicitárias. Como mencionado na primeira parte deste trabalho, a linguagem, a cultura, os gestos e ritos dos skatistas são apropriados em imagens cujo objetivo é produzir sentido para o público consumidor, gerando identificação e, consequentemente, um aumento das vendas, associado à campanha. Ainda que haja esforços para não esvaziar a representação do skate e de seus atletas e praticantes nas imagens publicitárias – como no caso da Vans, da Nike e até do Guaraná Antarctica na campanha de 2015 –, parece mais recorrente a representação do skate como elemento de descontração, mais do que como estilo de vida ou prática esportiva. Parece que quanto mais a marca está inserida e envolvida com os significados da cultura e com os símbolos do skate, mais próxima tende a ser a representação da prática nas campanhas, como no caso das marcas esportivas. Esse é o caso principalmente da Vans, que tanto por questões culturais

quanto históricas reforça em suas mensagens publicitárias o estilo de vida do skatista, como podemos ver na próxima imagem que é parte da campanha que está em seu site com o título "Vanguards: quatro skatistas lideram o caminho com criatividade e estilo" (2018).

Por outro lado, marcas de outros segmentos, como as dos exemplos mostrados aqui, seguem na direção de facilitar o reconhecimento do skate enquanto diversão para seu público consumidor, recorrendo a representações estabelecidas e mais facilmente reconhecidas, sobrepondo questões culturais e de linguagem intrínsecas a essa subcultura. Essa decisão pode estar relacionada ao fato de que, assim, conseguem fazer o público consumidor absorver melhor a mensagem publicitária. Outra constatação que pode confirmar esse argumento é o fato de que a maior parte das campanhas mostra skatistas sem equipamentos de segurança, que são, inclusive entre os praticantes, reconhecidos como necessários a quem tem o skate como esporte, não como estilo de vida. Dessa forma, as campanhas se aproximam mais do skate enquanto diversão e atitude.

Figura 4. Campanha no site da Vans apresenta skatistas reais[14].

No sentido de contrapor a representação do skate na publicidade, apresentaremos, a seguir, a perspectiva do skatista sobre o universo que particularmente experimenta. Os depoimentos dos praticantes contribuem significativamente para compreender a tensão entre as formas de representação e a prática genuína de seus adeptos.

Preto no branco: o autorretrato do skatista

> O fato é que para ficar em pé no carrinho é preciso estar em movimento e o nosso movimento é coletivo e por isso tem longevidade (Postagem do Coletivo XV no Facebook).

Esta seção tem por objetivo apresentar o olhar do skatista sobre si e sobre esta prática particular, cultura, movimento ou forma de expressão – como costumam abordar ou referenciar este universo –, baseando-se em depoimentos coletados em campo, sobretudo nas entrevistas realizadas na "pista" da Praça XV, e no ali fundado Coletivo XV[15] – um dos movimentos skatistas de maior expressão no Rio de Janeiro –, e em material (audio)visual[16] disponibilizado pelo grupo em sua página do Facebook, buscando construir nuances de uma representação mais genuína do skatista, em contraponto à experiência midiática. Havendo segmentações entre os praticantes, faz-se necessário primeiro sublinhar que trataremos, nesta seção, mais especificamente, da modalidade skate *street*, em virtude de sua predominância no material coletado. Esta modalidade, pautada em essencial nas manobras radicais, na velocidade, no domínio pleno do objeto (o skate), no uso de obstáculos, e na dispensa de equipamentos de proteção, diferencia-se, na visão de alguns skatistas entrevistados, da categoria de "Rampa/Bowl" – transição vertical, que requer uso de capacete, joelheiras e cotoveleiras –, muito característico de "pistas" como as da Lagoa e a do Rio Sul, por exemplo, embora nem todos os utilizem; e da modalidade de "Longboard", uma prática mais associada ao surfe, na qual o skate é utilizado principalmente para passeios ("aos domingos" – em referência às atividades livres no calçadão da orla), e como meio de transporte. Os termos "gralha" ou "skateiro" aparecem, por vezes, associados aos adeptos desta última modalidade, a iniciantes e a praticantes esporádicos, e àqueles que sobretudo buscam "status", relacionando, não genuinamente, o skate a sua imagem – compondo talvez o grupo mais pretendido (e alcançado) pela mídia, em sua maioria, ao veicular anúncios de todo modo generalistas e estereotipados, nos quais as verdadeiras essência e cultura do skate pouco ou nada aparecem, segundo alguns registros.

Conforme sugere o campo, skatistas tendem a receber com certo descrédito marcas e comerciais que forçosamente associam a prática do skate a celebridades e amenidades, no intuito apenas de transmitir mensagens correlacionadas e vender produtos, como é o caso das campanhas do Itaú com o Luciano Huck: "Soa falso". Estas propagandas, eles observam, não contemplam a essência verdadeira do skate: não envolvem a noção do coletivo, a mensagem social positiva, a causa nobre e a linguagem peculiar – aspectos e pormenores que lhes são tão próprios. O skate na publicidade – consideram seus reais adeptos – vai então de encontro ao próprio posicionamento do movimento, uma vez que "o skate, em sua essência, é punk rock, quer usar a rua do jeito livre, quer usar as roupas do jeito livre, não quer ser do jeito que o mundo é, não se enxerga no meio de tudo isso"[17]

(Figura 5) e o que a publicidade faz – observa-se aqui – é justamente subverter essa subversão, apropriando-se deste valor de quebra do normativo em troca de lucro e oportunidade. Diante deste propósito, inclinam-se a "higienizar" esta cultura, oferecendo ali então apenas seu lado "consumível". Deve-se sublinhar, por exemplo, que a publicidade não enfatiza o lado político de luta e resistência. No discurso midiático é sobretudo a estética e a jovialidade do movimento que, praticamente isoladas, alcançam evidência.

> Mas [o skate] é muito praticado… E a publicidade, o capital, ele se apropriou disso. Só que, pra quem anda de skate, pra quem realmente é envolvido com o skate, e vê o Luciano Huck, uma montagem do Luciano Huck dando um aéreo na propaganda do Itaú[18] (...) Só tem motivo pra nos envergonhar (...). Isso não é skate. Tem um skatista, da antiga, da velha escola, (...) o Lace Mountain. Ele tem uma frase assim, você tá em cima do skate, não significa que você é um skatista. O que significa que você realmente é um skatista é que você não consegue parar de andar de skate. (...). Mais do que acertar manobra e ganhar campeonato, você se expressa através do skate, é uma forma de expressão. Então, isso é que define que você realmente é um skatista. Não é você tá dando um aéreo na propaganda do Itaú. (...) se o skate for usado por alguma coisa mais nobre, tipo uma campanha do HIV, entendeu, alguma coisa pra você formar coletivo que passe que o skate também é coletivo, "faça você mesmo", tenha uma mensagem positiva, que não necessariamente… não é vender um produto, que não tem nada a ver com o skate, entendeu? (...) Então, é muito fácil qualquer coisa querer ser, se envolver com skate, e fica tudo falso (Trecho da entrevista realizada com o Coletivo XV, em reunião no Circo Voador, no ano de 2017).

Figura 5. "Foto 100% Skateboard! A sociedade quer impor seus ideais, seus desejos. Viva o que faz sentido pra você"[19]

Conforme observam membros do Coletivo XV, as marcas costumam apropriar-se do universo do skate – assim como apropriam-se, ciclicamente, de outros universos, como a bicicleta, a natação e outros tantos, indistintamente – para alcançar o jovem e vender indiscriminadamente um produto. Enquanto na criação destas "narrativas" midiáticas observamos, em especial, a predominância de "skatistas" brancos e jovens – com algumas raras exceções[20] –, inseridos em cenários coloridos, carregados, em sua maioria, dos tons laranja, branco, amarelo e azul, as imagens disponibilizadas pelo Coletivo XV nas redes sociais – especificamente no Facebook – carregam uma bandeira muito mais ampla e heterogênea, num cenário predominantemente "cinza", muitas vezes (Figura 6). Skatistas veem-se praticamente em preto e branco. Aproximam-se das "lentes" e das cores do asfalto, observação também confirmada pelo uso frequente das *hashtags* #PB e #blackandwhite.

Figura 6. Skatistas veem-se praticamente em preto e branco[21].

Neste material, em especial, são realçadas as manobras e os movimentos sem muita restrição de sexo, raça ou estilo, e sem muito aprisionamento estético, posto que, por estas imagens, circulam homens, mulheres, jovens ou nem tanto, corpos variados, tatuados e não tatuados, brancos, negros e pardos, cabelos e vestimentas de todo o tipo, embora algumas referências de vestuário (e também de "edição" de imagens) façam-se mais presentes: o tênis, o boné e a calça – por uma questão também de proteção – circulam ali com mais frequência.

Por outro lado, os gorros – elemento comum a algumas imagens midiáticas – apresentam-se com pouca ou nenhuma representatividade. Curioso observar, neste momento, que a popularização e a elitização do skate – reflexos também da apropriação desta cultura pelo discurso midiático –, somadas a fenômenos como a internet e a globalização, reverberam, segundo membros do Coletivo XV, na própria estética atual do skatista, que, experimentando a disseminação social de sua linguagem, vivencia, em paralelo, também a transformação do seu estilo. Neste sentido, pode-se dizer que os tênis remendados de *silvertape* e as calças largas vêm sendo sobrepostos por novos e variados estilos, diversos a ponto de os próprios skatistas não mais se reconhecerem publicamente a partir de uma distinção estética específica, mas, somente e sobretudo, pela manutenção de práticas políticas de atuação e ação na cidade, de respeito, diálogo e solidariedade com os demais. De todo modo, os tênis e cadarços surrados, rasgados, gastos pela proximidade da dureza dos asfaltos e concretos da cidade, esses, sem dúvida, ainda hoje, revelam o skatista em sua essência.

> Hoje é muito mais misturado, mais influência do mundo, da internet, TV a cabo, as pessoas usam cabelo colorido, tattoo, comum... Agora, quando eu comecei a andar de skate, eu era uma pessoa muito discriminada pelo meu visual, porque eu andava de roupa rasgada, de calças larguíssimas, sabe, de cabelo pintado, isso era, como se diz... afrontava a sociedade. (...). Acho que qualquer coisa que subverta o senso comum, causa medo e sensação de estranheza para as pessoas que vivem dentro do normativo (...). O Brasil é muito careta (Trecho da entrevista realizada com o Coletivo XV, no Circo Voador).

Em relação aos vídeos divulgados e compartilhados pelo Coletivo XV, o material mostra-se ainda, ao contrário da representação midiática, sobretudo embalado pelo "ruído" das ruas, pelo barulho seco do skate no concreto, pela sujeira do chão, pelos deslizes técnicos de execução acompanhados de machucados e tropeços, pelas falas espontâneas (des)orquestradas, e pelos aplausos cúmplices dos parceiros do asfalto, revelando a vida do skatista "como ela é", sem muitos "filtros" ou floreios – justamente aquilo que está muitas vezes "higienizado" no material midiático. De acordo com um dos relatos coletados em campo, "o skatista gosta do caos" (Figura 7) – embora o ambiente caótico do skate transpire quase sempre arte, política, ocupação e resistência –, como se pode observar na própria conquista da Praça XV, quando o movimento, no estilo DIY[22], marca o território utilizando "obstáculos-escultura", dialogando especialmente com o lado histórico do lugar. Após anos de luta e resistência, skatistas então conquistam não apenas o direito de andar de skate na Praça XV,

sem a restrição violenta do Estado, mas também a garantia da sua *presença* – material e também simbólica – naquele espaço que, mesmo quando vazio, via obstáculos incorporados, reflete e respira este universo em particular.

Figura 7. "O skatista gosta do caos"[23].
Imagem de um dos eventos dos skatistas realizados na Praça XV.

Pontua-se ainda que os "efeitos técnicos" utilizados nestas imagens – no material audiovisual – tendem a funcionar não necessariamente para enriquecê-las esteticamente, como assim o fazem as campanhas publicitárias, mas sobretudo no sentido de destacar os movimentos e as manobras – elementos fundamentais que figuram a ênfase de cada postagem. Muito interessante observar que, nestas representações "genuínas" da cultura do skate, ao contrário do discurso midiático, quase não se sublinha a cultura do "eu", mas especialmente a do *todo*. Skatistas preferem falar em "coletivo", "movimento", e "família", caracterizando um grupo que, para além do skate, possui como pauta e interesse também a camaradagem, a política, a igualdade, a ocupação engajada dos espaços, a arte, a música e a linguagem em todos os seus aspectos. Enquanto nos eventos externos patrocinados por marcas em geral, por exemplo, a ênfase recai sobre o campeão e o melhor skatista da modalidade, nos eventos produzidos genuinamente pelo próprio movimento[24], a importância recai sobre a união, a alegria, a celebração da prática e do espaço e a troca espontânea entre as pessoas.

Importante notar, entre outros pontos curiosos, que skatistas, percorrendo as ruas em busca de concretos, obstáculos e desníveis a percorrer e deslizar suas rodas, oferecem uma visão muito peculiar de cidade, diferente daquela que costumamos experimentar. Não raro os planos e enquadramentos são revestidos de um especial olhar artístico (Figuras 8, 9 e 10). Esta relação parece investir-se sobretudo de materialidade e respeito ao espaço público, envolvendo noções de pertencimento, resistência, luta e propriedade, aspectos fundamentais dessa cultura, que apresentam-se, no entanto, quase sempre – ou sempre – ausentes nos anúncios publicitários. Skatistas, embora muitas vezes marginalizados, em alguns períodos históricos ou momentos políticos específicos, possuem bastante proximidade e afinidade com o campo da arte e com os espaços culturais da cidade, não raro promovendo exposições; circulando por museus a discutir mobilidade urbana e política pública – MAM, Paço Imperial, MAR; homenageando instalações artísticas – às vezes com as próprias rodas; apropriando-se criativamente de espaços e monumentos públicos abandonados. Ao contrário do que constrói o senso comum, e que reflete no imaginário social, skatistas parecem especialmente proteger e defender o mobiliário urbano (também) da dureza de suas manobras, esforçando-se, em coletivo, para, além de reparar os eventuais danos causados, pensar estrategicamente, e como um todo, junto a autoridades públicas e instituições de preservação e cultura, a circulação e a manutenção dos espaços e patrimônios da cidade.

Figura 8. Olhar artístico do skatista para o skate e a cidade[25].

Figura 9. Olhar artístico do skatista para o skate e a cidade[26].

Figura 10. skate, materialidade e cidade[27].

***

Neste capítulo, abordamos a noção de representação social como modelos simbólicos partilhados, que materializam ideias, inspiram condutas, constroem repertórios comuns e categorizam o mundo para o sujeito, com o auxílio muitas vezes do discurso midiático (Rocha, 1995) – que constitui aí ainda uma das principais ferramentas de propagação das "fichas simbólicas" nas sociedades moderno-contemporâneas (Giddens, 2002). Moscovici (2011) observa, entre outras direções, que a mídia carrega a função de legitimar e estabilizar as representações, e o conhecimento, funcionando como importante meio para estabelecer associações – embora nem sempre façam-se fiéis ao grupo de origem e nem sempre sejamos tão apáticos em sua recepção. A subcultura do skate, por exemplo, é compreendida pela mídia com perspectivas que pouco conversam com os nativos, mas que de acordo com os autores citados são legítimas, uma vez que trocam informações através de uma cultura praticada. Pelas ruas da cidade, o estilo skatista da publicidade é uma minoria dentro dessa subcultura tão expressiva, subversiva, e com características e valores tão próprios. Sem avançar, pois, pelo caráter extremamente coercitivo que Durkheim confere às representações coletivas – restringindo o sujeito a uma recepção necessariamente passiva em relação a estes modelos partilhados –, o capítulo, ao contrário, sublinha a definição mais dinâmica sugerida por Moscovici (2011), contemplando a ideia de que as "convenções preliminares de significação", constituindo metáforas e redes de ideias, assumem variadas formas de acordo com o contexto.

Deste modo, o texto passeia por representações distintas, tanto da *construção* midiática quanto de um discurso mais "nativo", carregado de originalidade e *revelia*, observando que ambos os referenciais, a partir de sustentações distintas, contribuem para a revelação e a manutenção dos próprios contornos dessa subcultura em particular. Importante aqui observar que os skatistas, enquanto fogem às generalizações do *mainstream* –*"o skate é punk rock, quer ser livre, usar as ruas de um jeito livre, se vestir de um jeito livre"* –, constroem, por outro lado e em paralelo, uma espécie de "fusão estilística" sólida (Brown, 2007), um estilo peculiar próprio, que chama atenção para o movimento e impulsiona a incorporação de seus discursos, estéticas e materialidades pelos padrões, quando então, pelos olhos da mídia, vê-se camuflado de seus "excessos" e ruídos, tornando-se facilmente consumível justamente por tudo aquilo que confronta: o aprisionamento das normas e padronagens.

Andy Brown (2007), autor que explora o papel das camisas de banda na formação das identidades subculturais juvenis, observa a recorrência

desse processo da mídia em apropriar-se, com ressalvas, de uma subcultura, alcançando *outsiders*, e, em certa medida, mesmo que impacte e transforme o movimento, fortalece também assim seu senso de coerência. Brown então considera a mercantilização da experiência subcultural pelo circuito midiático um movimento importante para a própria sustentação do grupo, reconhecendo, deste modo, o processo de "pânico moral" a partir de uma perspectiva menos condenatória daquela que propõe os estudos culturais. O skate, então, embora amplamente disseminado e popularizado pela mídia – e também pelas trocas geracionais, que o diluem e modificam –, permanece hoje ainda como movimento de contestação, contribuindo especialmente para a construção da identidade subcultural destes jovens. Kellner (2001) acentua , sobretudo, a força das representações sociais na construção de identidades, modos de vida e visões de mundo, sancionando a importância e a relevância da imagem neste processo.

Referências

BROWN, Andy. Rethinking the subcultural commodity: the case of heavy metal t--shirt culture(s). In: HODKINSON, Paul; DEICKE, Wolfgang (eds.). *Youth Cultures:* Scenes,Subcultures and Tribes. Londres: Routledge, 2007, p.63-79.

DURKHEIM, Émile. *As regras do método sociológico*. São Paulo: Martins Fontes, 2007.

GIDDENS, Anthony. *Modernidade e Identidade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.

HALL, Stuart. *Cultura e representação*. Rio de Janeiro: PUC-Rio; Apicuri, 2016.

KELLNER, Douglas. *A cultura da mídia*. Bauru: EDUSC, 2001.

MOSCOVICI, Serge. *Representações Sociais:* Investigações em Psicologia Social. Editado em inglês por Gerard Duveen; traduzido do inglês por Pedrinho A. Guareschi. 11.ed. Petrópolis: Vozes, 2015.

ROCHA, Everardo. Um índio didático: nota para o estudo de representações. In: ROCHA, Everardo et al. *Testemunha Ocular*. São Paulo: Brasiliense, 1995.

Notas

1 Comercial Gas Festival 2008 – versão TV. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=AgkoAnI0kQQ. Acesso em: 30 nov./2018.

2 O festival aconteceu em setembro de 2008.

3 O documentário foi produzido e está disponível no YouTube: https://www.youtube.com/watch?v=Ju0ID2uQrqI.

4 Fim de semana – Guaraná Antarctica. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=sjUEmcIOGPk. Acesso em: 30 nov./2018.

5 Energia brasileira do Guaraná Antarctica. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=O4LEkLWwj5k. Acesso em: 30 nov./2018.

6 Caçulinhas Guaraná – Episódio 6. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=xh_Bid8GYNU. Acesso em: 30 nov./2018.

7 Guaraná Antarctica foca em estilo de vida. São Paulo: Meio e Mensagem, 10.ago/2015. Disponível em: http://www.meioemensagem.com.br/home/comunicacao/2015/08/10/guaran-antarctica-foca-em-estilo-de-vida.html. Acesso em: 30 nov./2018.

8 Vídeo publicado no Youtube no dia 09/08/2015.

9 Vídeo publicado no Youtube na data 10/03/2015.

10 Itaucard 2.0 – Itaú. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=zTylyzLJHjQ. Acesso em: 30 nov./2018.

11 Palmirinha 30 horas – Itau. Disponível em: https://vimeo.com/60846944. Acesso em: 30 nov./2018.

12 Vídeo publicado no Youtube na data 30/05/2012.

13 Nike: encontre sua grandeza. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=zTLyvqmT3fk. Acesso em: 30 nov./2018.

14 A data de acesso foi 27/03/2019.

15 O Coletivo XV representa um dos movimentos skatistas de maior expressão e o depoimento do grupo colhido em uma das reuniões no Circo Voador, durante o ano de 2017, constitui a principal fonte de análise desta seção – embora tenhamos realizado, no geral, um trabalho de campo mais extenso e completo.

16 Contemplando imagens, fotografias e vídeos publicados nesta mídia.

17 Trecho da entrevista realizada com o Coletivo XV, em reunião no Circo Voador, no ano de 2017.

18 Não foi encontrada a validação desta menção nas campanhas do Itaú analisadas. Na propaganda observada, quem aparece executando o aéreo não é o Luciano Huck, mas talvez essa tenha sido a imagem construída pelo entrevistado tempos depois de assistir a ela. De todo modo, isso não invalida a discussão, uma vez que o que se argumenta, nesta fala, é a falta da apropriação genuína da cultura do skate e de seus praticantes reais pelo que chama de "capital".

19 Legenda completa da foto, compartilhada no Grupo do Coletivo XV no Facebook: "Pensa em uma foto 100% skateboard!!! Regrann from @mauricionavask1 – A sociedade quer impor seus ideais, seus desejos. Viva o que faz sentido pra você, seus sonhos (...)". Figura 5 publicada na página oficial do Coletivo XV no Facebook na data 08/06/2018 com acesso em 27/03/2019.

20 Como a campanha "Bora Lá" do *Guaraná Antarctica*, por exemplo, que traz como protagonista uma figura feminina. Ou as campanhas da *Vans*, que, diferente das grandes marcas comerciais, parece conseguir alcançar, com mais intimidade, a essência do grupo – como se pode observar inclusive na coloração da campanha trazida na seção anterior. A predominância das imagens em preto e branco constitui uma característica do movimento.

21 Figura 6 publicada na página oficial do Coletivo XV no Facebook com data de acesso em 27/03/2019.

22 Da expressão *Do it yourself* – ideologia punk que significa "faça você mesmo".

23 Figura 7 publicada na página oficial do Coletivo XV no Facebook com data de acesso em 27/03/2019.

24 O Coletivo XV promove anualmente o evento I Love XV, que ocorre na Praça XV – lugar que dá nome à festa.

25 Figura 8 publicada na página oficial do Coletivo XV no Facebook com data de acesso em 27/03/2019.

26 Figura 9 publicada na página oficial do Coletivo XV no Facebook com data de acesso em 27/03/2019.

27 Figura 10 publicada na página oficial do Coletivo XV no Facebook com data de acesso em 27/03/2019.

Capítulo 6

Partiu dar um rolé?: modos de falar na subcultura do skate

Eduardo França e *Cláudia Pereira*

No ano de 2016, o skate alcançou o status esportivo de modalidade olímpica para os jogos de 2020[1]. Porém, o skate de rua, no Brasil e no mundo, desde os anos 1970, tem a sua prática associada à marginalidade, julgando-se envolver jovens de caráter desviante, uma vez que andar de skate em vias públicas era, e em alguma medida, ainda é algo transgressor para a vida organizada das cidades (Brandão, 2008).

Como vimos em capítulos anteriores, Becker (2008 [1963], p. 15), em sua obra *Outsiders*, afirma que "todos os grupos sociais estabelecem regras e tentam, em certos momentos, e em algumas circunstâncias, impô-las". Para o autor, o desviante é aquele que não segue as regras da sociedade maior, destoando entre o aceitável, o permitido, em relação ao comportamento dos e entre os demais. Tal classificação de atitudes, assim como as comparações de condutas e práticas funcionam como um sistema de classificação e de regulação cultural que passa por comportamentos, vestimentas, ideologias, crenças, linguagem.

Nesta seção, destacaremos a linguagem como um fenômeno importante a ser observado entre os skatistas, devendo-se dar destaque ao uso de gírias, jargões ou palavrões.

De acordo com Dino Preti (2000, p. 242), na história da gíria, conhecê-la significa "penetrar no mundo da marginalidade, na vida dos grupos excluídos da sociedade pela sua própria condição de pobreza ou pelas suas atividades peculiares". Para Eble (1996, p. 11)[2]:

> Gíria é qualquer conjunto de termos ou frases coloquiais que os falantes usam para estabelecer ou reforçar a identidade ou coesão social dentro de um grupo ou como uma tendência ou moda na sociedade em geral. A existência de vocabulário desse tipo dentro da linguagem é possivelmente tão antigo quanto a própria língua, pois as gírias parecem fazer parte na interação comum por uma comunidade grande e diversa o suficiente para ter grupos distintos identificáveis.

Na condição de "código", a gíria ocupa uma posição oposta à linguagem comum, da mesma forma como serve para associar tais jargões diretamente às classes em conflito com a sociedade dominante (Preti, 2000). As gírias são criadas e adotadas para gerarem identificação entre os integrantes de um mesmo grupo cujos participantes compartilham certas características em comum, como um gosto particular por determinada tendência, estilo de se vestir, modos de agir, de ser ou de pensar. Ao mesmo tempo que as gírias aproximam os integrantes, elas também excluem aqueles que dele não fazem parte, como se fosse uma espécie de "senha" ou permissão para participar. A gíria pode ter a função de representar, de forma singular, as subculturas assim como a proteção desses grupos que estão à margem da sociedade dominante (Eble, 1996).

Quando as gírias passam a ser democratizadas, de acordo com Preti (2000), tornam-se "linguagem comum", perdendo sua classificação de vocabulário fechado. Desta forma, com base na popularização do skate em suas modalidades, possivelmente, termos e expressões que nasceram ou foram adotados pelos adeptos iniciantes passarão a fazer parte da linguagem popular, se transformarão ou cairão em desuso.

Para definir de forma sintética, sem a pretensão de aprofundar o tema, Eble (1996) e Eriksen (2010) ensinam que a gíria é adotada para diminuir a formalidade e seriedade sobre um determinado assunto. Gera familiaridade entre aqueles que a adotam e, no discurso formal, pode ser tida como um tabu. Serve, também, para proteger ou para diminuir o desconforto que um sinônimo convencional possa gerar. Para Mattiello (2007), as gírias podem ser formuladas a partir de palavras existentes, cabendo ao grupo atribuir novos significados ou funções.

Segundo Coleman (2012), as gírias ganharam destaque no contexto social no final do século XVI, em Londres, com o intuito de gerar separação entre os diversos grupos com interesses semelhantes na profissão ou interesses políticos. O uso das gírias surge para segregar os mais abastados dos populares, como forma de evitar que se misturassem. Porém, com o enriquecimento dos comerciantes, antes em segundo plano, o dinheiro deixou de ser um critério de separação rígida entre as classes. A língua e a etiqueta passaram, então, a ser fatores de distinção entre as classes sociais (Coleman, 2012). Na linguagem culta, as gírias tornaram-se plebeísmo, ou seja, desvio que caracterizava a falta de instrução, o marginalizado.

O objetivo deste capítulo é apresentar algumas gírias do universo dos skatistas de rua, dando um "rolê" nessa subcultura, com enfoque nos adeptos, no Brasil. Na construção do glossário, tomamos a liberdade de adotar fontes não científicas como sites, blogs, vídeos e revistas voltados para skatistas ou admiradores, no intuito de apresentar as principais expressões reincidentes. Para organizar as expressões encontradas, elas foram organizadas como: (1) gírias-códigos, aquelas que funcionam como "senha"; (2) palavras ressignificadas, que possuem outro significado para a sociedade maior; e, a partir do (3) sistema de categorização proposta por Eble (1996), gírias "enfáticas" ou "neutras".

Algumas gírias-código:

baia – moradia;

basudo – skatista ruim;

best tricks – exibição e/ou disputa da melhor manobra no skate;

dar um aéreo – deixar o skate no ar;

ganguero – cara que se veste com roupa larga;

jam – reunir a galera para andar de skate;

larica – fome;

Maria Rolante – garotas que só vão na pista para paquerar;

migué – mentira;

sk8 – skate;

skatéte – pessoa (cara) que se veste como skatista mas não pratica;

skateiro – quem pratica skate;

tomar vaca – levar um tombo;

tricks – são manobras realizadas no skate que variam de forma e grau de dificuldade;

tru – abreviação de "truta".

Algumas gírias ressignificadas a partir de palavras preexistentes:

animal – radical;

banca – grupo de amigos;

brother – o mesmo que amigo, cara ou mano;

cair a ficha – entender algo;

cara – amigo, outro skatista ou alguém. Também usado como sinônimo de "muito tempo";

carniça – pessoa que só atrapalha;

carrinho – skate;

carteado – skate;

colar – chegar, aparecer;
crew – grupo de amigos que praticam, dão rolé juntos;
fazer session – sair para andar de skate;
fazer barulho – se destacar, chamar atenção;
freestyle – andar em uma pista sem obstáculo, pista livre;
gralha – pessoa chata, o mesmo que prego;
picos – lugar, ponto de encontro;
point – ponto de encontro;
silk – desenho estampado (ex.: meu skate é silkado);
tá ligado? – tá bom? tá ok? tá sabendo? sabe?;
tacar – fazer, praticar;
truta – amigão.

Algumas gírias que atribuem um julgamento de valor a algo ou alguém:
aloprado – zuado;
banzo – idiota;
brecha – mancada;
bico sujo – cara chato;
caô – mentira;
casca – difícil, ruim;
embaçar – atrapalhar;
gafanhoto – pessoa que faz tudo errado;
gringo – skatista que não anda de skate direito. Quase o mesmo sentido de "basudo";
hardcore – lugar barra-pesada;
mano – o mesmo que amigo, cara ou brother;
minas – o mesmo que meninas;
nipe (*naipe*) – quando o cara está todo arrumado;
osso – ruim;
piriguete – menina atirada;
quebrada – região perigosa, ruim de andar;
skateata – manifestação coletiva de skatistas, também para reivindicar ou protestar;
topeira – imbecil, atrapalhado;
tosco – péssimo, horrível;
treta – problema, briga;
vacilão – trouxa;
Zé Ninguém – insignificante.

Algumas gírias enfáticas:
cabrero – quando algo é difícil ou impressionante;
capote – cair feio;
cas-quatro – quando a manobra foi perfeita;
da hora – o mesmo que insano;
fera – skatista muito bom, pessoa gente boa;
insano – muito bom;
irado – o mesmo que insano, algo muito legal;
Jiraia – a pessoa (cara) que sabe das coisas;
lagartixa – pichador que escala paredes;
manja – o mesmo que "conhece", entende;
massa – algo legal;
moment – o melhor ponto da manobra;
na moral – significa fazer bem algo. (ex: faço flips "na moral");
noia – angústia, efeito de droga;
roubada – quando a manobra não foi perfeita. O contrário de "cas-quatro";
sangue bom – pessoal gente boa, legal;
véio – o mesmo que mano, brother, amigo.

Algumas gírias neutras:
dar um fio – telefonar;
rolê, rolé – sair para andar de skate;
das qualé – cumprimento;
dindin – dinheiro.

Na internet, é possível encontrar diversos sites que enumeram não apenas as gírias, mas também outras listas de palavras que definem manobras, partes do skate, elementos encontrados nas ruas e nas pistas de skate, um rico repertório subcultural que precisa ser conhecido pelos iniciantes. A linguagem, neste caso, anda junto com o aprendizado da prática e confere legitimidade ao skatista, facilitando a sua inserção dentro do grupo. Trata-se, como já mencionado no capítulo 3, de uma das formas de se acumular "capital subcultural" (Haenfler, 2014, p. 50) para estabelecer vínculos sociais e ganhar o reconhecimento de seus pares.

A publicidade, que também tem um caráter pedagógico dentro do sistema de classificação do consumo, colabora na disseminação desses "capitais

subculturais", conferindo às marcas uma identidade, por consequência, subcultural. Como exemplo, destacamos a marca Decathlon que, em sua página na internet, apresenta um "Dicionário do Skate"[3]:

Skatistas

Skatista – pessoa que anda de skate, neste caso, você! ☺

Streeter – skatista que pratica nas ruas, cuja área de lazer é o ambiente urbano.

Ramp-rider – skatista que pratica em pistas de skate durante aéreos, em *bowls* ou piscinas.

Bases – posição que você usa no shape (regular, *goofy*, mongo).

Regular – o pé esquerdo fica na frente do pé direito, que impulsiona o skate.

Goofy – o pé direito fica na frente do pé esquerdo, que impulsiona o skate.

Mongo – o pé da frente é o mesmo pé que impulsiona.

O Skate

Prancha – você também pode chamá-la de *shape*. ☺

Tamanho – é o tamanho do seu *shape*.

Nose – parte da frente do *shape*.

Tail – parte de trás do *shape*. Em outras palavras, o oposto do *nose*.

Côncavo – um *shape* com *nose* e *tail* levantados, especialmente desenvolvido para manobras na pista de skate.

Espessura – as camadas de madeira que formam o *shape*.

Grip – um tipo de lixa que cobre o *shape* e dá aderência ao seu tênis.

Parafina – uma cera usada para barras.

(...)

Manobras

Ollie – a primeira manobra do dicionário do skate é a base das manobras. A ação é simples – "pular" com o seu skate. Se você dominar esta manobra, você será capaz de fazer uma grande variedade de manobras.

Fakie – andar de costas no seu skate.

Switch – você impulsiona o skate com o pé oposto (um regular andará como *goofy* e vice-versa).

Backside 180 – quando você faz um *half-turn* (180°) com o skate, virando para dentro.

Frontside 180 – quando você faz um *half-turn* (180°) com o skate, virando para fora.

Pop shove-it – nesta manobra, o *shape* vira 180°.

Varial flip – você vira o *shape* com um *half-turn* seguido de um *kickflip*.

Nollie – um ollie, mas ao contrário. Seu pé baterá no *nose* do skate.

Kickflip – esta manobra envolve um pulo enquanto você gira o skate ao longo do eixo, do *nose* para o *tail*, pressionando o lado.

Heelflip – um flip na direção contrária do *kickflip*. Você gira o skate na direção oposta com seu calcanhar.

Manual – equilibrar-se no skate enquanto rola apenas com as rodas traseiras.

Nose-manual – equilibrar-se no skate enquanto rola apenas com as rodas dianteiras.

50-50 *grind* – o objetivo é deslizar os *trucks* do skate no meio-fio.

Noseslide – uma manobra que envolve deslizar sobre uma superfície com o *nose* do skate.

Tailslide – uma manobra que envolve deslizar sobre uma superfície com o *tail* do skate.

Boardslide – deslizar o *shape* na extremidade de uma superfície, trilho, corrimão, etc.

Lipslide – quando você faz um *boardslide*, mas antes você sobe da extremidade de uma superfície.

360 flip – esta manobra envolve uma combinação de um *backside-pop shuvit* de 360 graus e um *kickflip*.

Beijar o corrimão – segundo o dicionário do skate, essa manobra envolve simplesmente deslizar em uma barra.

Gap – pular obstáculos.

Ficam faltando apenas as modalidades, tentamos sintetizá-las aqui:

Street – skate de rua: modalidade em que os adeptos utilizam a arquitetura da cidade, como: bancos, escadas, corrimãos, rampas, muretas e guias de calçada (elementos do mobiliário urbano) como obstáculos para executar manobras e se expressar.

FreeStyle – skate estilo livre: modalidade em que o skatista apresenta várias manobras em sequência, como *kickflip, 360 flip, inward heelflip, hardflip*, sem obstáculos, geralmente no chão.

Vert ou Vertical – skate vertical: a modalidade vertical é praticada em pista com curvas (transições), com 3,40m ou mais de altura, três metros de raio e quarenta centímetros de verticalização e geralmente possuem extensões. Nesta modalidade, os adeptos podem utilizar pistas como: *half-piper, bowl e big air.*

Half-Pipe – pista, que apresenta a forma de U, é chamada de *half-pipe* e pode ser feita de madeira ou concreto.

Bowl – pistas de skate em forma de *bowl* (bacia) são inspiradas em piscinas, com a transição redonda. É a modalidade ideal para skatistas que gostam de realizar manobras em velocidade.

Big Air (megarrampa) –rampa de 30 metros de altura, para o skatista "voar" sobre ela e realizar manobras em velocidade que pode alcançar 70km por hora.

Skateparks – pista construída com obstáculos, que reproduzem os espaços urbanos, utilizados pelos adeptos do *street* (skate de rua).

Minirrampas – as minirrampas são populares pois, devido à pouca altura que elas possuem, as manobras são executadas com maior facilidade. Nesta modalidade, há uma mistura entre as modalidades *street* com vertical.

Downhill Speed – skate em velocidade em declives: modalidade onde o skatista desce ladeiras ou montanhas realizando manobras em alta velocidade, em posição mais flexionada ou agachada. Esta modalidade é subdividida em *downhill longboard, downhill stand-up* e *downhill slide*. Os equipamentos de segurança são específicos e o skate tem formato diferente.

Tais expressões são vivas, circulam dentro e fora do skate, são tomadas de empréstimo de outros "ambientes", como o do surfe, por exemplo, e evidenciam a força da consolidação de uma subcultura que perdura há quase cinquenta anos – e que ainda não sucumbiu ao *mainstream*. A linguagem é um desses poderosos cimentos sociais que, tal qual os obstáculos construídos nas praças do Brasil, serve para demarcar um lugar, mas também desviar, desafiar, divertir, transgredir e provocar tropeços nos incautos sujeitos comuns que passam desconfiados pelo skatista da cidade.

E nem tem por quê: skatista é tudo sangue bom!

Referências

BECKER, Howard S. *Outsiders:* estudos de sociologia de desvio. Tradução de Maria Luiza X. de Borges. Rio de Janeiro: Zahar, 2008 [1963].

BRANDÃO, Leonardo. Entre a marginalização e a esportivização: elementos para uma história da juventude skatista no Brasil. *Revista de História de Esporte*. Vol. 1, Num. 2, 12/2008. Mato Grosso do Sul.

COLEMAN, Julie. *Life of slang*. Oxford. New York: Oxford University Press, 2012.

EBLE, Conie. *Slang and Sociability*. Chapel Hill/London: The North Carolina University Presse, 1996.

ERIKSEN, Mads H. *Translating the use of slang*. Dissertação de Mestrado. Aarhus: Aarhus University, agosto de 2010.

HAENFLER, Ross. *Subcultures:* the basics. New York: Routledge, 2014.

MATTIELLO, Elisa. Keeping Lexical Complexity in Slang Translation. In: PAPI, M. B.; MASI, S. (Eds.). *Lexical Complexity:* Theoretical Assessment and Translational Perspectives. Pisa: Edizioni Plus Pisa University Press, 2007. p. 121–140.

NOLL, Rhyn. *Skateboard retrospective*. USA: Schiffer Book, 2000.

PRETI, Dino. A gíria na língua falada e escrita: uma longa história de preconceito social. In: PRETI, Dino (org.). *Fala e escrita em questão*. São Paulo: USP, 2000.

Matérias da Internet

BOL. https://noticias.bol.uol.com.br/fotos/esporte/2013/08/30/girias-dos-esportes-radicais.htm, acessado em 4 de junho de 2019.

DICAS DIÁRIAS. https://www.dicasdiarias.com.br/girias-de-skate-skatistas/, acessado em 4 de junho de 2019.

FRICKE, Gabriel. Skate nos Jogos 2020 anima nova geração brasileira: "Temos que evoluir". http://globoesporte.globo.com/olimpiadas/noticia/2016/08/inclusao-nos-jogos-olimpicos-anima-skatistas-do-brasil-temos-que-evoluir.html, acessado em 21 de setembro de 2019.

GÍRIAS. http://www.angelfire.com/sk2/sk8hp/girias.htm, acessado em 29 de setembro de 2019.

IG – Adrenalina 10 https://www.adrenalina10.com/manobras-de-skate/, acessado em 4 de junho de 2019.

SKATE PROFISSIONAL. http://proskatepro.blogspot.com/2014/02/girias-do-skatista.html, acessado em 4 de junho de 2019.

SOU ESPORTISTA. https://souesportista.decathlon.com.br/dicionario-do-skate/, acessado em 4 de outubro de 2019.

Notas

1 O Comitê Olímpico Internacional (COI), promotor dos jogos, confirma o skate como modalidade olímpica. Fonte: http://globoesporte.globo.com/olimpiadas/noticia/2016/08/inclusao-nos-jogos-olimpicos-anima-skatistas-do-brasil-temos-que-evoluir.html, acessado em 21/09/2019.

2 Tradução livre do original: "*Slang is an ever changing set of colloquial words and phrases that speakers use to establish or reinforce social identity or cohesiveness within a group or with a trend or fashion in society at large. The existence of vocabulary of this sort within a lan-*

guage is possibly as old as language itself, for slang seems to be part of any language used in ordinary interaction by a community large enough and diverse enough to have identifiable subgroups".

3 Dicionário do Skate da Decathlon. Disponível em https://souesportista.decathlon.com.br/dicionario-do-skate/. Acessado em 4 de outubro de 2019.

Capítulo 7

A força transformadora do skate: entrevista com Ademar Luquinhas

Cláudia Pereira

Nos primeiros três capítulos, exploramos o skate *street* e sua relação com a cidade, abordando o que há de subjetivo nesta troca: primeiro, por meio da música e da elaboração de uma cidade *in-corporada*; depois, procurando a minoria feminina, invisível em nossas incursões no trabalho de campo, dentro da subcultura, para encontrá-la na força da atuação das mulheres no passado, na origem da prática, mas também no lugar que passam a ocupar hoje, nos campeonatos e nas ruas; em seguida, buscando compreender de que modo se dão as trocas entre skatistas de idades tão distantes em lugares compartilhados. Neste ponto, saímos da perspectiva da subjetividade para, então, refletir sobre o que acontece de fora para dentro. O que se diz sobre os skatistas? De que modo a mídia colabora para a construção de uma imagem positiva ou negativa da prática do skate?

Nos capítulos 4 e 5, discutimos, primeiro, sobre a ocupação da cidade e os conflitos que daí decorrem, muito em função do "pânico moral", que confere um valor negativo aos skatistas, para só depois lançar um olhar sobre a publicidade e o que ela extrai, da subcultura, de positivo e de mais-valia para as marcas.

Nesta última seção do livro, abrimos espaço para dar voz aos skatistas, por meio de uma importante liderança carioca, como aliás vimos fazendo até aqui, porém agora com um esforço quase político.

Retomando a noção de "território" (Burgos, 2005), à qual acrescentamos o atributo "nômade", para articular com a ideia de construção de uma "cidade informal" própria dos skatistas, em constante conflito com a "cidade formal", sublinhamos a importância do papel da visibilidade midiática e, por consequência, de seu poder:

> (...) a representação dominante dos territórios como espaços no limiar da barbárie tem sido determinante para justificar a situação de supercontrole que, como tenho argumentado, só faz aprofundar sua condição de território.

> E na construção dessa representação negativa o papel da mídia tem sido central. Uma agenda de mudança do atual estado de coisas supõe, portanto, uma disputa nesse domínio da representação, seja pela produção de mídias alternativas, seja pela via da redefinição das ações coletivas midiáticas. Iniciativas nesse sentido já podem ser observadas com a criação de canais internos de televisão, como os que existem na Rocinha, em Rio das Pedras e em outras grandes favelas do Rio de Janeiro; rádios comunitárias e sites especializados em favelas. Seria prematuro afirmar que essas formas alternativas de mídia têm atuado de forma sistemática contra as representações dominantes na cidade; tampouco se pode assegurar que venham contribuindo para a construção de uma agenda de inclusão dos territórios na cidade. Mas nada impede que um dia isso ocorra (Burgos, 2005, p. 212).

Ademar Luquinhas, podemos afirmar, é alguém que vem atuando, por meio do skate, no sentido de fazer revelar representações outras, seja do território da favela, seja do território simbólico de sua subcultura. Nascido e criado na comunidade de Santo Amaro, da Zona Sul do Rio, é um proeminente representante dos skatistas na cidade. Fundador do Coletivo Ademáfia, realiza vídeos de skate e organiza eventos, movimentando a cultura urbana da cidade. No momento em que nos concedeu esta entrevista, tinha 28 anos. Em 2017, Ademar protagonizou um episódio que trouxe os skatistas para as páginas dos jornais locais, do modo como já estão acostumados, mas não acomodados, como "vândalos". Pedimos, então, que nos contasse o que aconteceu, de seu ponto de vista, já que, na ocasião, parece não lhe ter sido dado o devido espaço na mídia, na mesma medida em que foi dado aos seus críticos. Com isso, pretendemos iluminar as dinâmicas sociais, comunicacionais e políticas que transcorrem na disputa eterna que se dá entre os skatistas e o *status quo*.

CP: Em 2 de setembro de 2017, a mídia acusou a sua festa de ter causado um prejuízo para o patrimônio histórico e cultural da cidade, quando houve pichações em prédios após o Baile do Ademar, que aconteceu naquele dia. Qual o seu ponto de vista sobre este episódio da Praça XV? Parece que agora há menos matérias desse gênero, depois que o skate passou a ser considerado um esporte olímpico. Parece que as pessoas estão entendendo um pouco o que é. Mas houve época em que era direto, "vandalismo", "destruição"...

AL: É mais fácil, né? É mais fácil relacionar com isso…

CP: Você concorda? Queria, então, que você falasse sobre o episódio.

AL: Você sabe sobre a história do baile?

CP: Pode contextualizar, fala o que achar necessário.

AL: O Baile do Ademar nasceu antes da própria Ademáfia, o nosso coletivo, que é onde fazemos vídeos. No meu aniversário de 18 anos, eu andava de skate nessa época, também tava na escola, fiz uma festa pra comemorar os meus 18 anos aqui na minha comunidade, aí eu acabei convidando muita gente do skate que eu conheci nos campeonatos e tudo o mais, praticamente todo mundo da cena. A galera da minha comunidade e também uma galera da escola. Eu fiz uma festa que misturou um monte de gente, que praticamente não se misturava, então o pessoal do morro viu um monte de gente da pista, como eles chamam, subindo o morro pra curtir uma festa… Foi uma parada totalmente diferente e com um público bem diverso por isso, por reunir várias ideias ali na festa. E aí cresceu muito já no primeiro. Eu tive que fazer na pista de skate do Flamengo, no outro ano, e na sequência a gente começou a fazer na Praça XV.

CP: No Aterro do Flamengo?

AL: É, foi onde eu praticamente comecei a andar de skate, depois eu fui pra Praça XV, desde os 14 anos de idade, por ali, bem novo, eu conhecia todo mundo. Nessa época, a Praça XV era praticamente largada, assim, quase não tinha policiamento. A Praça era praticamente nossa, a gente andava de skate ali, fazia tanto o rolé quanto a segurança. A gente colocou um som pra comemorar, aí o pessoal da minha comunidade começou a ir também, o pessoal da minha escola, e o pessoal do skate. E aí todos esses públicos foram crescendo, aí popularizou pra caramba, com um público bem diverso, assim, gente de todas as localidades do Rio, uma das características da nossa festa até hoje, essa ideia de ter gente de tudo quanto é lugar, até acontecer aquele último da Praça XV, que deu mais de 20 mil pessoas, né? Foi uma multidão de gente, foi o aniversário de 8 anos do Baile. Pelos anteriores, tinha dado 5 mil pessoas, 6 mil pessoas, eu sabia que corria o risco de ir muita gente, se eu fizesse muita divulgação. Como a gente não tinha estrutura, nunca teve apoio de prefeitura, toda licença que precisava fazer, a gente tinha que pagar, vender bebida, alugar banheiro, como ali era o nosso espaço, a gente sempre teve o cuidado de deixar o mais organizado possível. Porque não era um lugar pra dar festa, era um lugar pra andar de skate, a festa acabou vindo depois. Então, em todos os eventos, a gente ia lá na Comlurb, a gente conhecia toda aquela galera que limpava ali, as lixeiras, a gente distribuía pelo local, no final da noite, a gente juntava o lixo ali pra ficar mais fácil pra galera pegar no outro dia. Nesse episódio, aconteceu que essa ajuda, que a gente sempre contava,

em cima da hora não foi... a gente foi pego de surpresa. Porque como a cidade tava praticamente quebrada, eles entenderam o evento como sendo um evento privado, só que não, era um evento cultural, era tudo de graça pras pessoas, era uma coisa que a gente promovia pra poder movimentar o Centro. Dar acesso pra muita gente, porque como a gente sempre teve contato com muito artista, a galera abraçava a causa, se apresentava de graça. A gente conseguia ter uma galera se apresentando, onde o ingresso custava 50 reais numa festa, era de graça pras pessoas ali. A gente conseguiu autorização pra fazer a festa, mas como a gente não podia não ter a estrutura pra fazer pra tanta gente, a gente optou por divulgar um dia e meio antes.

CP: Pra não encher tanto?

AL: Pra não encher tanto… a gente até consegue controlar os banheiros, se tiver problema de juntar o lixo, a gente vai conseguir fazer, sendo que a gente tava há mais de um ano sem fazer a festa na rua. E, em um dia e meio, mais de 20 mil pessoas apareceram no evento.

E aí, quando começou a encher, assim, a gente tinha bastante banheiro, até, mas a gente tinha autorização pra fazer o evento, então a gente contava com o mínimo da estrutura da prefeitura, também. Dar segurança, Guarda Municipal, então foi totalmente o oposto.

CP: A prefeitura não apoiou, então? Não deu o apoio necessário?

AL: A prefeitura, ela deu a liberação pra gente poder fazer, estando ciente de que a cidade, naquela época, tava uma bagunça em questão de segurança e tudo o mais. Eu lembro que eu tinha visto quatro guardas municipais. E eu perguntei, "você sabe se vai ter um evento aqui hoje? Você sabe se a galera vai vir e tal?" e aí, não. Ninguém sabia de nada.

E a gente viu muita, muita gente chegando, a gente perdeu o controle, não tinha como ter o controle de tanta gente. Mas como já tem a tradição de ter a festa, como as pessoas já iam em outros eventos, a gente já conseguia controlar um pouco, ali do palco, a grande multidão que tava na frente. Então, assim, tudo o que aconteceu foi meio que onde o som não chegava, onde a nossa voz não chegava. E aconteceu esse fato da pichação. A gente não viu nada na hora.

CP: A pichação foi num lugar localizado?

AL: Não, foram várias. Tem até umas imagens de quando a galera começou a pichar e você vê que não tinha ninguém! Eles estavam mais afastados, atrás do palco, mais distantes. Teve esse problema.

A gente tinha autorização pra acabar a festa às 5 horas da manhã. Quatro e cinquenta, apareceram dois micro-ônibus de guarda, com aqueles guardas que vão pra confronto.

CP: Batalhão de Choque?

AL: Batalhão de Choque obrigando a gente a finalizar. E a gente passou a noite inteira sem ter nada. Uma das coisas que aconteceu, um dos problemas que aconteceu foi exatamente a sensação de que tava livre, de que não tinha nada, as pessoas tavam, tipo, podiam fazer o que quisessem, entendeu? Pela ausência da Polícia, da Guarda. Então, quase teve uma confusão muito maior, a gente conseguiu, a gente juntou toda a nossa galera do skate ali, e a gente evitou um problema entre o público e a Guarda Municipal, porque a gente explicou que era o horário etc.. Deu pra todo mundo entender o que tava acontecendo ali. A hostilidade dos guardas, eles vieram preparados, só que assim, tinha mais de 20 mil pessoas e não teve confusão com a Guarda. A gente conseguiu controlar as pessoas nesse aspecto. E aí as pessoas começaram a ir embora e tudo mais, e aí quando a gente foi ver, teve a questão do lixo também, né? Porque aí pegou muito, porque aí juntou com a matéria… Porque o que a gente tinha acordado é que no final, a gente ia juntar o lixo, pra poder eles recolherem. E aí com todo esse problema pra poder escoar as pessoas, como é que eu tiro 20 mil pessoas em cinco minutos de uma praça? A gente ficou lá até a Comlurb começar a limpar, a gente esperou, porque era uma preocupação nossa essa questão do lixo. Sempre foi. Só que quando as pessoas começaram a sair, foi quando o pessoal da Comlurb veio pra poder juntar o lixo. Não dava mais tempo da gente começar a juntar. Aí chegou o responsável da Comlurb e falou que não ia dar mais tempo, que eles tinham que limpar a Praça, que eles já tinham chamado mais reforço, que ia chegar uma multa. Então a gente disse, "ok, vai limpar a Praça? Porque a gente precisa da Praça limpa, porque as pessoas vão precisar usar a praça daqui a pouco pra andar de skate ali". E aí foi nesse tempo que os caras tavam juntando ali o lixo que veio o fotógrafo. Eu acho que, nessa época, já tava a briga entre o prefeito Crivella e a imprensa. Então eu fiquei nesse meio, nesse fogo cruzado do problema da prefeitura com a mídia, já. O que eu fiquei sabendo é que tava rolando já uma matéria sobre abandono dos monumentos e prédios do Centro. E aí o pessoal já ligou aquele ato com o lixo. Ele pegou, a foto, todo o lixo, pegando o prédio pichado. E aí, como a gente tinha uma liberação da prefeitura e a mídia tava com essa briga comprada, eu fiquei no meio.

Um projeto que já acontecia há anos ali, que sempre foi pra trazer vida pro local…

CP: E nunca tinha acontecido nada parecido?

AL: Nunca, nada! De verdade? Ali, foi um marco, até do ponto de vista do meu projeto, de fato o impacto que a gente tinha na cidade. Porque ali, quando eu vi que, em um dia e meio, eu conseguia reunir cerca de mais de 20 mil pessoas num projeto que cresceu sem estrutura, só pelo fato de estar oferecendo um produto de qualidade, de fácil acesso às pessoas, nessa época, as festas de rua não estavam acontecendo tanto… Porque o nosso Baile veio de uma época em que estavam acontecendo festas de rua. As festas já não estavam acontecendo mais. Tanto que a gente ficou sem fazer mais de um ano. Ninguém tava conseguindo autorização, ninguém tava conseguindo apoio de nada. E como essas pessoas sempre tiveram que vender bebida pra pagar som, pra pagar limpeza, pra fazer tudo isso, estavam sem fazer. Então, assim, juntou toda a necessidade das pessoas, uma galera que já aderia ao nosso projeto também tava com saudades, calhou também que saiu um bloco em Paquetá e todas as pessoas que vieram do bloco desciam da barca, viam a festa e ficavam. E se eu não me engano tinha um pessoal do Arco do Teles, uniu tudo. A gente fez uma estrutura de som grande, as pessoas paravam e olhavam, só que a gente não tinha todo esse apoio.

CP: Então, por uma questão oportunista, até, da imprensa, vocês entraram nessa história. Porque seria mais fácil acreditar no que já está consolidado, porque a imagem do skatista é a do cara que fuma maconha…

AL: Foi facinho pra eles… Naquela época, diferente de agora, foi fácil pra eles trabalharem nessa imagem de forma negativa além dos fatos, sabe, tipo, de uma justificativa da gente ser skatista, não de tentar entender, isso sobre a matéria, qual o tipo, o que era o nosso evento…

CP: É apurar mesmo, né? Ninguém foi te perguntar?

AL: Não, não. Quando eu fui ver… A festa foi num sábado, a matéria saiu no domingo, e aí quando eu fui ver, caramba, é aquela ideia que eu te falei do impacto e da responsabilidade. Eu sempre cuidei do espaço. Porque eu andava de skate um dia depois, meus amigos andavam de skate um dia depois… Ali era minha segunda casa. Então, assim, a gente já estava acostumado a fazer aquilo. E aí, quando saiu a matéria, eu nunca imaginei, porque, tipo assim, eu não entendi, porque eu já fazia há anos aquilo e sempre teve um impacto muito grande, vários

positivos. E como usaram aquilo contra mim, quando deu uma coisa errada, entendeu? Não entraram em contato comigo pra eu contar a minha versão, nada… Só me colocaram lá…

CP: Porque é mais fácil, né? Já colocam dentro de uma "caixinha". E teve uma coisa que você falou, que é uma impressão minha, mas queria saber o que você acha, também. É que está mudando, isso. Você acha que por conta do skate estar sendo mais relacionado a um esporte, e ainda mais um esporte olímpico, como é que você está vendo essa mudança?

AL: Eu acho que se aquilo tivesse acontecido nos tempos de hoje, eu acho que até a abordagem da mídia poderia ter sido diferente. Eu acho que eles entrariam em contato comigo, porque, quando aconteceu, eu falei, caramba, todo um trabalho que eu venho fazendo, aquilo anulou tudo o que venho fazendo em todos os anos… Na minha cabeça, eu passei dois dias pra poder entender tudo o que tava acontecendo, porque a minha história de vida, o fato de eu ter conhecido o skate, ter saído da comunidade, construído um monte de oportunidade pra mim, pra conseguir fazer uma coisa que já estava com uma certa fama com a mídia, que movimentava a cena cultural da cidade, com a nossa festa, a cena cultural de outros lugares, eu fazendo um projeto social na minha comunidade, entender o skate como uma ferramenta de transformação social, todo aquele espaço que eu sempre precisei pra potencializar o meu trabalho, eu tive de uma vez só negativo por conta desse acontecimento. Então, ali, eu comecei a questionar, tipo, caramba, eu fiz tanta coisa, cuidei tanto do meu nome, cuidei tanto da minha comunidade, do meu espaço, que é a Praça XV, da cultura que eu participo, sabe, que eu fiz tantos anos aquilo, pra parecer uma parada positiva, pra justamente a gente mostrar que a gente acreditava na cultura como uma transformação social, pra poder ocupar espaço, tudo veio negativo, aquilo pra mim foi um choque até, pra entender. Caramba, não é possível! Por que isso tá acontecendo? Aí eu entendi, né, pelo impacto, pelo número de pessoas que a gente impactava, também era uma responsabilidade nossa continuar fazendo uma entrega pra esse tipo de público.

CP: Dar continuidade e, mais que isso, naquele momento pelo menos, que não tem tanto tempo assim, mas eu acho que a mudança está sendo rápida, desse olhar para o skatista por interesses mercantis, por mais que você dê continuidade, as pessoas continuam olhando, ah, não, mas é skatista. O que você acha que mudou hoje? Você disse que acha que, "se fosse hoje, teria sido diferente, eles viriam

falar comigo". Por que você acha que houve essa mudança? E fala um pouco da publicidade. É um sinal quando a publicidade começa a trazer o skatista como um personagem, nos comerciais.

AL: Pela própria questão do consumo, né? Agora a gente tem mais empresas, por conta de ser um esporte olímpico, a gente vê mais empresas participando, com mais ações relacionadas a skate, empresas grandes. Antigamente, funcionava meio como um circo, né? Quando tinha um evento de skate, as pessoas não entendiam muito bem, hoje em dia, vão com mais frequência, com mais patrocínio, mais impacto, mais empresas envolvidas com grandes personalidades do skate… as pessoas estão mais acostumadas, a mídia está mais acostumada a tratar o skatista de forma diferente.

CP: E você acha isso positivo ou negativo?

AL: Então, tem os dois lados, né? Eu, por fazer parte da cultura e entender a importância pra cultura do skate, assim, de toda essa autenticidade, de todo esse…. porque a gente sempre foi contra tudo, né? Era uma contracultura, né? A história do skate é essa, a gente sempre invadiu lugares pra andar de skate, a gente sempre andou contra o fluxo de tudo, né? Marginalizados por muito tempo. Eu, quando comecei a andar de skate, morava em comunidade, lá no começo, minha mãe ia me ver na pista, porque ela tinha medo que eu me relacionasse com as coisas erradas da comunidade, começou a me colocar pra fazer esporte. E aí eu comecei no futebol, mas eu não gostei tanto, e aí quando eu comecei o skate, eu não saí mais da rua. Ela ia tentar me olhar, porque achava nocivo o lugar, pela quantidade de gente diferente que tinha, com relação também à segurança, drogas etc. Hoje em dia, ela me acompanha em todos os lugares, todas as pessoas que ela olhava torto naquela época, ela depois de um tempo descobriu que essas pessoas cuidavam de mim etc. Que é uma cultura diferente, assim. E aí também descobriu com o tempo que tudo o que está relacionado na cultura do skate, ali, que as pessoas têm preconceito, está em qualquer tipo de esporte. Vamos falar das drogas, é uma parada social, tem em qualquer lugar. Só que a gente, como fazia do skate essa cultura de não estar nem aí pro que as pessoas estão pensando, nunca precisou de uma aprovação pública pra poder existir, ele continuava acontecendo, independente das mães…[risos] as pessoas continuavam aderindo, começavam a andar de skate, independente de ter apoio de mídia ou de empresas. A cultura continuava viva.

O que eu vejo hoje em dia é um pouco da divisão das pessoas, porque todo mundo que conheceu o skate, como a gente pode falar, antes das Olimpíadas,

nessa época que não tinha tanto apoio, tanta visibilidade, viveu uma coisa mais real, mais forte, assim, conseguia ver realmente mais impacto da cultura na sociedade. Das pessoas verem, entenderem as diferenças, sabe, trazer mais pra perto disso. Dava mais seriedade a essa questão da valorização que as pessoas tinham, que o skatista tinha com a cultura dele.

CP: Você falou do aspecto transformador do skate…

AL: É, no meu caso, a tecla que eu bato é assim, por ser um esporte urbano, a gente tá de fácil acesso pras pessoas. A gente precisa de um piso liso e um skate, entendeu? O *skatepark* ajuda? Ajuda, mas você não precisa de um *skatepark* pra começar a andar de skate. Não precisa ter um monte de gente andando com a pessoa pra ela começar a andar de skate, pode andar de skate sozinha. Então, é mais fácil, assim, das pessoas aderirem ao skate, em qualquer praça as pessoas conseguem andar de skate. O skate é um esporte que dá mais oportunidade. Um menino que tá na comunidade, jogando futebol em qualquer quadra ele vai estar jogando, no skate a gente vai naturalmente buscando outros ciclos de skate, por mais que tenha mais uma praça, a gente é obrigado a se movimentar, andando pela cidade, outras cidades, outros países, que é uma parada que a cultura do skate seja uma coisa interligada no mundo todo. E aí com essa e mais uma quantidade gigantesca de detalhes que acaba sendo confundido pela só ideia de competição, pela só ideia de popularização, pela só ideia de, quando a pessoa começa a andar de skate, joga futebol… Ah, eu amo jogar futebol, aí o cara já começa a querer ser o Neymar, a ficar milionário. E nessa divisão com as quem vêm dessa velha escola, dessa realidade do skate, aí divide muito as pessoas. Eu sei da importância dos dois, a minha ideia é difundir o skate o máximo possível, então quando as pessoas têm olhar diferente, que aceitam mais, é mais fácil pra uma mãe, pra ter mais pistas de skate, pra ter mais skatistas e tirar mais e dar mais oportunidades, porque não vai se perder a cultura completamente. A gente vai ter, por mais que ele vá pra um campeonato, ele vai se aproximar da própria rua, porque o skate ele é da rua, não é um *skatepark*, a gente tem essa relação com a rua, com o universo urbano, de entender como funciona a cidade, de estar naquele lugar ali que só o morador de rua está, esquecido, a gente troca ideia com ele, a gente bebe água com ele, a gente divide espaço com todas as classes da cidade. Aproveitar a arquitetura de uma forma diferente.

A geração que a gente tem hoje em dia, pela popularização, meio que usa o skatepark como área de treino, daí as pessoas têm medo que se perca, né? Eu entendo... Brigaram tanto pra continuar acontecendo!

CP: Daí que o Baile do Ademar é importante pra dar essa continuidade mesmo…Se você mostra esses espaços com a autenticidade que sempre tiveram, é você mostrar uma outra via…

AL: O meu trabalho é todo relacionado a isso. O meu trabalho é todo relacionado à experiência que eu tive com o skate, naquela época. Os conteúdos que a gente procura mostrar, que a gente continua mostrando no skate, é na base em que eu acredito, é o que move, que é a ocupação do espaço, que é a amizade, que é esse acesso à rua, é esse acesso a essa cultura urbana, às cenas underground, que é o que vai alimentando os submundos que, no final das contas, a gente vê a cultura urbana hoje em dia, a moda do mundo hoje em dia tem como referência a cultura urbana, o que sai dali. É um processo de resistência mesmo, de ocupação. O meu trabalho vem defendendo isso. Mas até a comunicação que a gente tem hoje em dia, por conta do Youtube, onde tem vários outros tipos de conteúdos, que nem todos falam diretamente da cultura do skate como a gente tenta fazer, a gente leva isso também como responsabilidade. Mas também eu entendo que o novo há de vir. Se eu não me preocupo com a cultura do skate, se eu fico preocupado... é o que eu fiz, eu me movimentei pra poder registrar, pra poder passar a mais gente o que realmente significa o skate pra mim.

CP: Dentro desses vários conteúdos que você falou que circulam, e aí tem um ato de resistência para manter a cultura, a publicidade é uma coisa que nos interessa muito. Especificamente sobre campanha publicitária em televisão, não estou falando dessa publicidade que circula na Internet e que tem uma natureza diferente, mas a televisão ainda é muito forte no Brasil, em canais abertos: não sei se você já viu, por exemplo, a campanha da Bauducco, que fez uma vez uns skatistas no skatepark, meninos que depois viram meninas, enfim, tem alguns comerciais que colocam o skate de forma bastante aleatória, do nada. Tem um da marca Listerine, que não tem nada a ver com skate, mas ele está lá. Queria que você falasse sobre esse skatista que é representado pela publicidade, como você vê isso?

AL: Já vi, já. Cara, não representa nada! Na verdade, é *fake* total, né? Eu vim daquela época que a gente precisava, pra ter patrocínio, ou estar na competição, ou estar na rua sendo fotografado pra sair em alguma mídia especializada, pra veicular nossa imagem nacionalmente como skatista, até conseguir apoio de uma marca que é de skate, aí vem todo esse vínculo, fortalecendo a cultura… Aí eu lembrava de tudo o que eu fazia pra poder ter um espaço de divulgação,

às vezes era convidado uma vez ou outra pra fazer uma aparição na TV, uma parada assim, e aí do nada passava e via um outdoor, com um cara, até o skate era montagem, na mão das pessoas, assim, ah, deixa ele com a mão aberta e a gente tenta encaixar alguma coisa que fica legal no final… Cara, não representava nada! Na verdade, representava a distância das pessoas entenderem sobre a nossa cultura. Querer entender e, de verdade, assim, por trás dos skatistas, porque nem todos têm essa corresponsabilidade em respeito de como vai ser apresentado, pode pensar na grana primeiro, isso chega a atrapalhar um pouco. Aí vai da responsabilidade de cada skatista.

CP: Então tem aí uma consciência coletiva mesmo, uma consciência de que você faz parte de uma cultura e de que modo você vai traçar a sua trajetória como skatista…

AL: De forma geral, assim, isso até acontece, eu já participei de tanta coisa de skate. Por exemplo, já fui convidado pra fazer um comercial com gente que não entendia nada do skate. Os caras não têm consciência da cultura que existe por trás disso tudo. O skate é uma cultura muito difícil de você entrar, se você é de fora. Tem muita empresa querendo entrar em evento, mas no final o que eu acredito é que aquelas pessoas nem vinculam muito as marcas delas a skate, entendeu? Na visão do skatista, ele entende que aquele cara é de fora. E aí essas empresas que patrocinam evento é pra pegar o público simpatizante. Vendem uma coisa que não é tão autêntica, não é certa pras pessoas que fazem parte daquela cultura. E aí eles acabam perdendo a credibilidade com umas e ganhando com outras….

***

Com a entrevista com Ademar Luquinhas, entregamos o livro *Skate 360°* comprometidos com o dever primeiro de disseminar o conhecimento científico, mas também com a ideia de que a prática do skate é uma forma riquíssima de se relacionar com a cidade. E de cuidar da cidade. Ainda que de um jeito que só os skatistas entendem. Jesús Martín-Barbero (2017) define os jovens urbanos contemporâneos como "palimpsestos de identidade": seus corpos e suas identidades são compostos por textos que se sobrescrevem. Há, na primeira camada, aquele que foi escrito pela historicidade das raízes locais, mas há outros que a sobrepõem, feitos de fragmentos de informação, de uma cidade "des-localizada", afirma Martín-Barbero, caótica, esvaziada de memória, refém da velocidade e da efemeridade, mergulhada em resíduos de lixo do consumo,

porém recriada pelos nômades que por ela transitam. Jovens-palimpsestos, múltiplos, híbridos, urbanos, que deambulam e transgridem uma geografia riscada pelos rastros das quatro rodas do skate.

Referências

BURGOS, Marcelo Baumann. Cidades, territórios e cidadania. *DADOS – Revista de Ciências Sociais*, Rio de Janeiro, vol. 48, nº 1, 2005, pp. 189 a 222.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Jóvenes:* Entre el palimpsesto y el hipertexto. Barcelona: NED, 2017.

Conclusões inconclusivas

Quando iniciamos nossa pesquisa, fomos em busca de algumas respostas. A maior das questões, a que sustenta e justifica todas as outras perguntas que nos fizemos até aqui, é: "Como o skatista se relaciona com a cidade do Rio de Janeiro?".

A verdade é que nada é simples quando abordamos o skate, sua cultura, seus praticantes, suas representações. E nem é para ser. Os *outsiders*, na verdade, somos nós, pesquisadores. Podemos até tentar compreender o que se passa por entre uma manobra e outra, a interpretação é livre. É claro que temos a obrigação de buscar o rigor científico, a base da teoria e analisar o que observamos a fim de encontrar "leis gerais" de um fenômeno social que se aproxima de outros, em diferentes contextos, contemplando os estudos comparativos que sempre nos interessam. Mas isso não nos garante o privilégio da certeza, se é que a certeza possa ser considerada um privilégio. Afinal, é a falta dela que nos move em pesquisa.

Portanto, não temos muitas conclusões. Mas podemos nos arriscar em três possíveis: (1) o *street* é uma forma de reivindicação de um lugar no mundo e nas cidades, é um chamamento para a sua ocupação por meio da criatividade e do movimento transgressor; (2) a mídia, incluindo aí a publicidade, cumpre com seu papel de afirmar e reafirmar o que é *mainstream*, por meio de estereótipos distantes do que vimos em campo, sublinhando e preservando, contraditoriamente, os traços "marginais" da subcultura, que se mantém incompreensível para quem é de fora; e, por fim; (3) respondendo à pergunta que formulamos acima, a relação do skatista com o Rio de Janeiro é de puro amor. É amor. E nada mais.

Sobre os autores

Cláudia Pereira é doutora e mestre em Antropologia Cultural pelo PPGSA (IFCS-UFRJ). Pesquisadora e professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da PUC-Rio, dedica suas pesquisas às culturas juvenis e suas representações na Publicidade. Em 2018, realizou estágio pós-doutoral no ICS – Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa, sob a supervisão do Professor José Machado Pais. É autora e organizadora de diversos livros, entre eles *Brazilian Youth: Global Trends*, *Local Perspectives* (2020), publicado pela Editora Routledge (New York & London).

Amanda Almeida Antunes é publicitária, fotógrafa, professora e pesquisadora, doutora (2018) em Comunicação pela PUC-Rio e mestre (2013) pelo mesmo programa. Entre outros artigos em periódicos e anais, tem capítulos publicados nos livros *Cultura e Experiência Midiática* (2014), publicado pela Editora PUC-Rio, e *Culturas, consumos e representações midiáticas da juventude* (2017).

Diana Vaisman é mestre em Comunicação pela PUC-Rio (2019). Graduada em Comunicação Social (habilitação em Publicidade e Propaganda) também pela PUC-Rio (2014). Autora da dissertação "Do Lindy Hop ao Funk Carioca: Representações do Pânico Moral na Construção Midiática da Juventude" e de artigos publicados nas revistas *Fragmentos de Cultura* e *Entre.Meios*.

Eduardo França é doutor em comunicação pela PUC-Rio. Mestre em administração, com ênfase em marketing pelo IBMEC-RJ. Com pós-graduação executiva em marketing pela ESPM- RJ. Possui graduação em comunicação social pelo Centro Universitário de Brasília (1998). Atualmente é coordenador de graduação em Publicidade e Propaganda e de pós-graduação, nos cursos de comunicação, ciências do consumo e gestão do entretenimento. Professor da ESPM-RJ.

Elena Cruz é mestre e doutoranda pela PUC-Rio. Jornalista de formação, atualmente é professora na Economia Criativa da Unesa. Participa do grupo de pesquisa Juventudes cariocas, suas culturas e representações midiáticas. Possui interesse em temas relacionados à juventude, emoções e representações midiáticas.

Joana Beleza é doutora e mestre em Comunicação pela PUC-Rio, com graduação em Letras também pela PUC-Rio. É pesquisadora referenciada na Antropologia do Consumo e nos Estudos da Cultura Material, atuando junto a empresas de pesquisa de mercado, marca e conteúdo. Principais publicações na área da Comunicação, com artigos e capítulos publicados. Com Cláudia Pereira, organizou o livro *A cultura material nas (sub)culturas juvenis* (2018), publicado pela Editora PUC-Rio, que reúne importantes nomes do campo.

João Vitor Rodrigues é formado em Relações Públicas, mestre e doutorando em Comunicação pela PUC-Rio. Professor de cursos de graduação e pós-graduação. Como pesquisador tem interesses relacionados à antropologia das emoções, mídias digitais, redes sociais e juventude.

Juliana Müller é mestre e doutoranda em Comunicação pela PUC-Rio. Pesquisadora nas áreas do consumo, entretenimento, prática de esportes e representações na mídia das culturas juvenis, já publicou e apresentou trabalhos no Brasil e no exterior, entre eles, "The Children of the Revolution, The Nation's Future: Understanding the Multigenerational Audience of the Rock in Rio Music Festival", no International Journal of Communication.

Lucas Gamonal Barra de Almeida é doutor em Comunicação pela PUC-Rio, mestre em Comunicação e bacharel em Turismo pela Universidade Federal de Juiz de Fora. Tem publicações nas áreas de comunicação e turismo, discutindo temas relacionados às cidades, viagens e representações midiáticas.

Marcella Azevedo é jornalista, mestre e doutoranda em Comunicação pela PUC-Rio. Possui artigos publicados em anais de congressos e de importantes periódicos da área, além de capítulos em livros. Dedica-se a pesquisas que abordam relações entre juventude e consumo, especialmente a partir dos estudos da antropologia do consumo, da cultura material e das representações sociais juvenis em diferentes suportes midiáticos.

Marcelo Mocarzel é doutor em Comunicação pela PUC-Rio, tendo realizado estágio pós-doutoral na Faculdade de Educação da UFF. É professor do Programa de Pós-Graduação em Educação da UCP e professor do Unilasalle-RJ. Realiza pesquisas relacionadas à área de educação e suas interfaces com as políticas educacionais, discursos midiáticos e juventude.

Em 2021, o Canal OFF completa dez anos mostrando personagens agregadores que conectam esportes do ar, água, terra e neve com temas como bem-estar, sustentabilidade, transformações sociais e diversidade, levando experiências únicas em cenários paradisíacos e com um conteúdo exclusivo embalado por trilhas sonoras inspiradoras.

E nada disso seria possível sem a presença fundamental do skate, seus atletas e os grandes nomes dos bastidores da modalidade. Pela tela do Canal OFF já mostramos a história e a evolução do esporte ao longo dos anos com personagens como Bob Burnquist, Leticia Bufoni, Pedro Barros, Tony Hawk, Christian Hosoi, Luan Oliveira, Ademar Lucas, entre inúmeros outros que escreveram e escrevem a importância do skate na sociedade e no esporte.

Para o Canal OFF é uma grande honra ser parceiro do livro Skate 360°. Ele chega em um momento oportuno, com o skate como modalidade olímpica e reforçando seu papel como ferramenta de transformação social para muitas crianças e adolescentes de todo o Brasil.

Sempre reforçamos a importância de sonhar, explorar e descobrir novos horizontes, onde conquistas podem se transformar em grandes histórias, discussões, pontos de vista e questionamentos. Que o livro Skate 360°, preparado pela PUC-Rio com toda a atenção e carinho que o tema merece, inspire os jovens que sonham com essa transformação social a explorarem o skate como meio para tal e descubram todas as oportunidades que virão. Quem sabe não nos vemos, futuramente, na tela e redes sociais do Canal OFF?

Ao falar do skate e de seus praticantes, o livro desliza sem qualquer esforço para reflexões sobre juventude, contracultura, conflitos de gênero e de gerações, e de como tudo isso é atravessado por diferentes formas de luta por direito à cidade. Fruto de uma rica pesquisa empírica com os skatistas, que reúne entrevistas e observação de campo, e produzido como obra coletiva, o livro costura de modo elegante diferentes dimensões da cultura do skate, explorando de modo conciso e consistente a articulação entre as percepções subjetivas dos próprios skatistas (em geral jovens, de ambos os sexos, e de diferentes classes sociais), os lugares duros que eles frequentam e reinventam (de asfalto ou concreto armado), e as representações coletivas sobre eles (frequentemente estereótipos negativos). Conforma, assim, um enquadramento que garante amplitude e profundidade analítica.

Marcelo Burgos
Professor do Departamento de Ciências Sociais da PUC-Rio

ISBN: 978-65-990194-3-2

Departamento de Comunicação
PUC-Rio

PPG COM PUC – Rio
Programa de Pós-Graduação em Comunicação

JUVENTUDES CARIOCAS