

ELAINE MÜLLER

**As patricinhas no mundo do
shopping center:
um discurso e algumas práticas
juvenis bem-comportadas**

Dissertação apresentada ao Programa de
Pós-Graduação em Antropologia
da Universidade Federal de Pernambuco
como parte dos requisitos para a
obtenção do grau de Mestre em
Antropologia

Orientadora: Judith C. Hoffnagel

Recife, Fevereiro de 2004.

ELAINE MÜLLER

AS PATRICINHAS NO MUNDO DO SHOPPING CENTER:
um discurso e algumas práticas juvenis bem-comportadas.

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-
Graduação em Antropologia
da Universidade Federal de Pernambuco como
parte dos requisitos para a obtenção do grau
de Mestre em Antropologia

Aprovada por:

Profª Drª Judith C. Hoffnagel – PPGA/UFPE
(Orientadora)

Profª Drª Maria Rosilene B. Alvim – PPGA/UFPE

Profª Drª Lilia Junqueira – PPGS/UFPE

*Ao Marcelo,
Eu sou sua menina, viu?
Até segundo aviso.*

*À minha família,
Que me ensinou a diferença
entre distância e ausência.*

Obrigada

A CAPES – pela concessão de bolsa durante o Mestrado. Ao Programa de Pós-Graduação em Antropologia, pelas condições necessárias para a conclusão deste curso. Aos professores do Programa, em especial o Coordenador Renato Athias e a Russell Parry Scott, pelo incentivo e por me apresentar com privilegiadas boas referências a Judith.

À minha orientadora, Judith Chambliss Hoffnagel, por ser a melhor orientadora, por me ouvir em todos os momentos de indecisão e desespero, que não foram poucos, por nunca me dizer o que fazer, e quando dizia não explicava como, e que assim foi essencial para o meu amadurecimento.

À professora do IFCS/UFRJ, Rosilene Alvin, importante interlocutora desta dissertação.

Às funcionárias do Programa, Regina, Ana Maria, Mirian e Ademilda, aos ascensoristas, especialmente Seu Marquinhos, que sempre simpático nos levava ao 13º andar.

Obrigada a meus colegas, por se tornarem meus amigos, estarem presente, mesmo de longe, em especial aos amigos da “Fogueira Elcimar” (Elcimar, Melânia e Adeilson); à Ângela, por todas as coisas que se passaram; Roberto (pelas conversas ao telefone nos piores momentos); Homero (sempre enciclopédico, bibliófilo e amigo); e ainda Gilmara (pelas boas histórias), Liliane (sempre tão zen) Ana Cláudia e Sheila (por aquele dia especial em São Luis), Cristiany, Isabela, Nilson, Carla (pelas trocas de ansiedades).

Aos amigos que deixei, Gizelle, Melissa, Valdete, Christy, Lino. À Dona Rosário, por me receber em sua casa e depois ter me mostrado que por pior que sejam as coisas, elas sempre podem piorar. Aos amigos que encontrei e que me mostraram como nas piores horas as coisas podem melhorar: Walter, Afonso,

Wilson, Poly, Cego, Karin, Mona, Rafaelo Pantero, Pierry, Juliana, Flecha, César, Roosevelt, Tarcísia, Fabode, Sandro...

À minha família torta, minha mãe, meu pai, Bea, Tiane, Bruna e todos os outros, por serem minha melhor lembrança do passado, minha saudade do presente e meus motivos para o futuro.

Obrigada ao meu namorado, Marcelo Mutreta, por me agüentar durante o Mestrado, ser meu diretor de arte e ter feito essa capa linda, por ser esse “cabra rocheda”, tudo de bom na minha vida. (Ele é o meu rapaz.)

A todas as meninas que permitiram serem entrevistadas, procuradas, telefonadas... Karla, Giselle, Juliana, Marcela, Juliani, Marina, Camila, Erica, Cinthia, Marília, Rebeca, Nathalia, Karina, Mariana, Orleide, Keila, Bianca, Rayssa, Cristiane Tarine, Thayanne, Adriana, Luiza, Camila, Maria, Débora, Tatiana, Camila, Ana Maria, Camila, Andréa, Silvia, Liliane, Luiza, Pollyana, Dayse, Rachel, Yauanna, Juliana, Carolina, Ane Karoline, Ana Carolina, Luiza, Elis, Camila e Bárbara; e aos meninos: Raphael, Pedro, Cayo e Neto.

“Poderia me dizer, por favor, que caminho devo tomar para sair daqui?”

“Isso depende bastante de onde você quer chegar”, disse o Gato.

“O lugar não me importa muito...”, disse Alice.

“Então não importa que caminho você vai tomar”, disse o Gato.

*“...desde que eu chegue a algum lugar”,
acrescentou Alice em forma de explicação.*

*“Oh, você vai certamente chegar a algum lugar”, disse o Gato,
“se caminhar bastante.”*

Lewis Carroll, Alice no País das Maravilhas.

(Às vezes parece assim o meu mundo...)

Resumo

Esta dissertação aborda algumas práticas juvenis associadas ao tempo do lazer, mais especificamente, o cotidiano de meninas com idade entre 13 e 18 anos, predominantemente, freqüentadoras de dois shopping centers de Recife – PE.

Através de observação participante, práticas como a freqüentação ao shopping, o consumo, as relações de gênero e de amizade e a construção de identidades de grupo se mostraram como aspectos centrais nas vidas das meninas que participaram da pesquisa.

Foi possível perceber que havia um discurso que permeava e definia estas práticas, o que eu chamo de discurso do bom-comportamento, articulado para classificar os comportamentos em adequados ou inadequados, nomeando-os de diversas formas, e para localizar outras/os jovens entre “nós” e “as/os outras/os”. Dessa forma, surgem rótulos como o de “maloqueiros”, usado para classificar genericamente todos aqueles com comportamentos considerados inadequados, como o uso de vestimentas consideradas inapropriadas para determinados lugares, e hábitos como fumar e beber; “galinhas” para meninos e meninas que obedeciam a regras mais “liberais” nas relações de gênero, como o “ficar” descomprometido com diversos/as jovens; e “patricinhas” ou “cocotinhas”, articulado para definir meninas em geral bem-comportadas e que se preocupam com a aparência. Sendo que “maloqueiros” e “galinhas” são sempre jovens com determinados comportamentos que não fazem parte do círculo de amizade de quem aplica essas categorias, e que a “patricinha” ora é a boa-moça bem-vestida (o “nós”), ora a menina com excesso de frescuras (a “outra”), percebe-se que o discurso do bom-comportamento é, antes de tudo, um discurso, no qual uma mesma característica poderá ser definida positiva ou negativamente.

A análise e interpretação das práticas e discursos foi feita a partir do uso da categoria de gênero, portanto com uma perspectiva relacional; a noção de microcultura juvenil, através da qual a “cultura” dos jovens

não é vista como algo separado de uma “cultura” adulta. Além disso, nesse trabalho os jovens são abordados enquanto sujeitos ativos, com identidades, produtores de sentidos que vão além de práticas desviantes e espetaculares associadas a um possível período de rebeldia, estando inseridos em um contexto maior que lhes serve de acervo.

Abstract

This dissertation investigates the cultural practices of youth associated with free-time, especially the everyday practices of young girls between 13 and 18 years of age, who frequent two Shopping Centers in Recife. Through participant observation, practices such as trips to the Shopping Center, shopping, gender and friendship relations, and the construction of social group identities are shown to be central aspects in the lives of the girls who participated in the research. The study shows that one discourse permeated and defined these practices, that which I call the good behavior discourse, one which classifies behavior in adequate and inadequate, names diverse forms of this behavior in order to situate other youth between “us” and “them”. In this way, labels such as “crazies”, used to classify generally all those whose behavior is considered inadequate such as inappropriate clothing for certain places, and habits such as smoking and drinking; “galinhas” for girls and boys who obey more “liberal” rules with respect to gender relations, such as dating with no promise of a continuing relationship; and “patricinhas” or “cocotinhas” used to define girls who are generally well-behaved and overly preoccupied with their appearance. The “crazies” and “galinhas” are always those youth who have these specific behaviors and who do not belong to the group who is applying these labels, while the “patricinhas” are sometimes the well-dressed good girls (“us”) and

sometimes the girls with exaggerated and mindless concern about their apparel ("others"). This pattern of labeling shows that the well-behaved discourse is, above all, a discourse in which a single characteristic can be defined positively or negatively. The analysis and interpretation of the practices and discourses was based on the use of the category gender, therefore from a relational perspective and the notion of youth micro-culture in which the "culture" of youth is not seen as something separate from adult "culture". In this study youth are treated as active subjects, having identities and as producers of meanings that go beyond the deviant and spectacular practices associated with a possible period of rebellion and who are part of a larger context that serves them as a guide to behavior.

Sumário

1. Introdução	11
2. O Encontro Etnográfico	24
Posicionando sujeitos, metodologias e técnicas	25
Os cenários	32
3. Nós, Meninas Bem-comportadas	34
Juventude “normal”	35
Seguindo um “projeto”, compartilhando um habitus: meninas bem-comportadas e seu discurso	38
Implicações teórico-metodológicas	45
Patricinhas	47
Microculturas juvenis femininas	49
4. Lazer e Cotidiano no Shopping Center	56
Cotidiano, lazer e juventude	57
Shopping center: usos e abusos de um espaço “público-privado”	57
Shopping center e juventude	60
Sábado no shopping	66
O que o shopping tem de bom?	71
O consumo e as compras	73
5. Questões e Relações de Gênero	79
Juventude e algumas “questões de gênero”	80
“Namoro é o perfeito”: as relações de gênero	86
Regras do namoro à moda contemporânea	97
“Coisas de mulher”: conversas do “clube da luluzinha”	100
6. “Amigo Não Tem Defeito”	105

	11
7. Considerações Finais	117
Referências Bibliográficas	122

1. Introdução

Este trabalho busca trazer uma pequena contribuição para um debate que vem gradativamente ganhando maior espaço entre os antropólogos – o das juventudes. Neste sentido, o que se buscou foi o estudo de algumas práticas juvenis, as associadas ao lazer, procurando incluir algumas categorias analíticas que se mostraram pertinentes à sua compreensão.

Pode-se dizer que o recorte dado a este trabalho e a forma como o tema foi abordado traz algo de novo para os estudos de juventude. Aqui não estou voltada para práticas transgressoras dos jovens, nem para jovens transgressores, como geralmente encontramos nos estudos sobre essa idade. Também não estou pensando a juventude como uma fase da vida mais propensa a atividades que imponham mudanças sociais – sejam estas mudanças sentidas de forma positiva (os jovens como a esperança do amanhã) ou de forma negativa (os jovens se rebelando contra a ordem). Ao meu ver, os jovens devem ser vistos como tão revolucionários ou conservadores quanto qualquer adulto, idoso ou criança, pelo menos a princípio. Antes de caracterizarmos os fenômenos juvenis de tal ou tal forma, precisamos nos desarmar de noções pré-concebidas e buscar nos próprios jovens os sentidos de suas práticas.

Assim, ao focar apenas as *meninas*, utilizar uma perspectiva de *gênero* (relacional, portanto), e ao partir, antes de tudo, das *categorias que elas me traziam* para se referir a essas suas práticas, acabei por construir um objeto de pesquisa que de certa forma se diferenciava dos mais comumente encontrados nos estudos sobre juventude.

Este trabalho tem ainda um enfoque antropológico, e, neste sentido, juventude é aqui uma categoria social e cultural, uma construção. Eu parto da idéia de que se o crescimento e o envelhecimento do corpo são dados biológicos – naturais – dividir o ciclo de vida em etapas ou fases, atribuindo-lhes diferentes *status*, papéis e poderes, é uma construção cultural relativa no tempo e no espaço. Cada sociedade organiza a transição da infância para a vida adulta de um modo, sendo que as formas e conteúdos desta transição são muito variáveis.

Para entendermos a juventude como uma categoria, faz-se necessário lembrar seu caráter de dado biológico socialmente manipulável e manipulado. Segundo Bourdieu, as classificações por idade são arbitrárias e variáveis – são imposições de limites e produções de uma ordem à quais todos devem observar e na qual cada um deve manter-se em seu lugar (BOURDIEU, 2000, p. 143).

Um aspecto que precisa ser observado, neste sentido, é a importância da percepção social das modificações do corpo com o amadurecimento biológico: o crescimento dos seios nas meninas e da barba nos meninos não tem o mesmo significado em todas as sociedades (FEIXA, 1998).

Levi e Schmitt (1996) afirmam que os limites fisiológicos não são suficientes para definirem a juventude, tampouco as quantificações demográficas ou definições de tipo jurídico. Segundo os autores, a juventude enquanto construção social e cultural se caracteriza por seu caráter de limite: está entre as margens da dependência infantil e da autonomia adulta. Ou seja, a juventude (assim como outras fases etárias) possui um caráter relacional: “la juventud y la vejez no son datos, sino que se construyen socialmente en la lucha entre jóvenes e viejos. Las relaciones entre la edad social y la edad biológica son muy complejas.” (BOURDIEU, 2000, p. 143).

Mas a condição transitória não é exclusiva da juventude, esta é uma característica da idade enquanto princípio classificatório: “pertencer à determinada faixa etária – e a juventude de modo particular – representa para cada indivíduo uma condição provisória. Mais apropriadamente, os indivíduos não pertencem a grupos etários, eles os atravessam.” (LEVI e SCHMITT, 1996).

Pensar a juventude como uma construção social é o primeiro passo para uma abordagem antropológica sobre o tema, mas não resolve todos os nossos problemas teóricos. Em primeiro lugar, *não é tão fácil definir o que seja a juventude*. Uma faixa etária intermediária entre a infância e a idade adulta, sim, mas quando um indivíduo entra nesta faixa etária e quando a abandona¹? A esvaziamento de muitos dos ritos de passagem de nossa sociedade contribui para esta dificuldade, conforme afirma Margulis:

“infancia, juventud o vejez son categorías imprecisas, con límites borrosos, lo que remite, en parte, al debilitamiento de viejos rituales de pasaje relacionados con lugares prescriptos en las instituciones tradicionales y, sobre todo, en los planos económico, social y cultural.” (MARGULIS, 2000, p. 13).

Em segundo lugar, a relativização ao extremo pode também ser um empecilho para uma análise mais apurada, quando leva a construção de uma *categoria vazia de significado*. Margulis (2000) aponta que a juventude atualmente não se apresenta mais apenas como modalidade social e cultural dependente da idade, classe ou geração. Ela também se apresenta como signo e nesta qualidade condiciona uma série de atividades produtivas, ligadas ao corpo e à imagem, que comercializam a juvenilização, novas mercadorias e a legitimidade de certa imagem juvenil. Quando falamos em juventude, estamos também falando de um produto. Segundo o autor:

“es frecuente observar, en algunos estudios, un fuerte énfasis en el aspecto significativo, hasta el punto de desmaterializar el concepto ‘juventud’, de llegar a desvincularlo de aspectos historizados que están

¹ Segundo Pereira (2003) as categorias juventude e adolescência são utilizadas ora como sinônimos, ora como representando diferentes faixas etárias: “a ONU – Organização das Nações Unidas considera a juventude a faixa etária que vai dos 15 aos 24 anos. O Estatuto da Criança e do Adolescente considera adolescente a pessoa que tem entre 12 e 18 anos. A OMS – Organização Mundial da Saúde e a OPS – Organização Pan-Americana de Saúde distinguem a pré-adolescência (de 10 a 14 anos) da adolescência (dos 15 aos 19 anos), que seriam determinadas, segundo essas instituições, por aspectos da vida biológica.” (p. 2). Em geral, o uso do termo adolescência é mais comumente citado por psicólogos e profissionais da saúde, a noção de juventude tem sido privilegiada nos estudos sociológicos e antropológicos.

contenidos en el espesor de la palabra y en todo lo que ella alude. [...] La juventud, como toda categoría socialmente constituida, que alude a fenómenos existentes, posee una dimensión simbólica, pero también tiene que ser analizada desde otras dimensiones: se debe atender a los aspectos fácticos, materiales, históricos y políticos en los que toda producción social se desenvuelve.” (MARGULIS, 2000, p. 17).

Margulis fala de *facticidade* para tentar delimitar um objeto que escorre entre os dedos: a juventude é uma condição constituída pela cultura, mas que tem também uma base vinculada com a idade. Dialogando com a noção de moratória social – um tempo legítimo para postergar o casamento e a entrada no mundo do trabalho, enquanto os jovens se dedicam aos estudos e no qual a sociedade os presenteia com uma especial tolerância – Margulis fala de uma moratória vital. Enquanto a primeira é privilégio de camadas médias e altas da sociedade, a moratória vital é comum a todos os indivíduos que não atingiram a idade adulta:

“en este sentido es que la juventud puede pensarse como un período de la vida en que se está en posesión de un excedente temporal, de un crédito o de un plus, como si se tratara de algo que se tiene ahorrado, algo que se tiene de más y del que se puede disponer, que en los no jóvenes es más reducido, se va gastando y se va terminando antes, irreversiblemente, por más esfuerzos que se haga para evitarlo. De este modo, tendrá más probabilidades de ser joven todo aquel que posea ese capital temporal como condición general ...” (MARGULIS, 2000, p. 20).

O autor acredita assim conseguir erradicar uma das grandes dificuldades dos estudos de juventude que é a tendência em unificar em uma população indivíduos que nada tem em comum a não ser a data de nascimento. “De esta manera, gracias a este criterio, se puede distinguir – sin confundir – a los jóvenes por medio de la moratoria vital, y a los social y culturalmente juveniles de los no juveniles, por medio de la moratoria social.” (MARGULIS, 2000, p. 22).

A idéia de moratória social não é nova para se pensar a juventude. Já no trabalho de Eisenstadt, de 1956, podemos encontrar suas raízes, quando o autor explica a formação de grupos etariamente homogêneos em termos funcionalistas. Os grupos juvenis seriam formas de elaborar os problemas concernentes a esta faixa etária, já que durante a juventude o jovem está envolvido com instituições, como a escola, que o preparam para o futuro.

Pensar em moratória social nos leva a um terceiro problema em teorizar a juventude: *quem é o jovem?* Ao meu ver, por um lado, a noção de moratória vital pouco acrescenta para a compreensão das juventudes, pois acaba fazendo o mesmo papel da contagem dos anos vividos; por outro lado, a noção de moratória social traz consigo uma grande carga ideológica e tem pouco valor analítico, pois quando pensamos em jovens nestes termos estamos partindo do pressuposto que eles ainda não são sujeitos plenos: os jovens têm um tempo para fazer coisas que não são toleráveis quando feitas pelos adultos, porque ainda não entraram completamente no “mundo adulto”, sendo este “mundo adulto” tomado como sinônimo do “mundo social”. Em

geral, define-se a juventude por exclusão de elementos que constituem a vida adulta. Sendo assim, ao constituir família e entrar no mercado de trabalho, o indivíduo passa a ter uma autonomia com relação aos seus pais, e passa, portanto, a ser um adulto. É como se fôssemos estudar os jovens partindo daquilo que eles ainda não são (pais, mães, provedores, profissionais) ao invés de partir daquilo que eles são: sujeitos sociais, que escolhem e decidem, sujeitos com responsabilidades².

Neste trabalho, busquei justamente partir do pressuposto de que os jovens são atores sociais, que vivem e constroem o mundo social-cultural (não sendo esse mundo algum tipo de privilégio dos que já alcançaram determinada idade, ou determinadas responsabilidades produtivas). Assim, fugi de uma perspectiva *adultocêntrica* que procurasse compreender os jovens a partir de padrões de comportamentos dos adultos, ou que partisse da idéia dos jovens como sujeitos “inacabados”, ainda não plenos.

Um quarto aspecto ainda pode ser problematizado a partir da abordagem da juventude enquanto uma categoria: a questão da *multiplicidade de juventudes*. Bourdieu (2000) nos lembra que haveria pelo menos duas juventudes: uma com direito a adolescência e outra sem esse privilégio, mas podemos ir além e simplesmente observar que os jovens estão em todos os espaços da “cultura mais geral”, de forma que é difícil e até improdutivo tentar buscar por padrões de comportamento juvenis ou algum tipo de “lei” que regule suas práticas. Quando falamos de juventude, precisamos sempre ter clareza de que estamos falando de *uma* juventude.

Estas questões apontam para um objeto que parece escapar de definições precisas. Talvez porque ser jovem seja exatamente não ter um lugar preciso. Se todas as idades da vida são passageiras, como apontam Levi e Schmitt (1996), a juventude é a única delas *definida* em termos de sua transitoriedade (ABRAMO, 1994) e de suas ambigüidades.

Isto está diretamente ligado com o modo como a juventude tem sido abordada pelas ciências sociais e o espaço que tem tido nas pesquisas nessa área. Podemos dizer que os antropólogos sempre se preocuparam com as questões relativas à idade (critério de hierarquização e de diferenciação social presente em todas as sociedades), mas que a juventude enquanto categoria social só passou a ser pensada pelas ciências sociais a partir do momento em que criou certa visibilidade, e isto aconteceu quando de alguma forma se fez necessário explicar o “confronto de gerações, as relações e conflitos entre classes de idade”:

² Com relação às responsabilidades tanto jovens de classes trabalhadoras, que entram no mundo do trabalho precocemente, como jovens de camadas médias, com agendas lotadas de atividades escolares, eventos sociais e ocupações voltadas para sua formação profissional estão cheios de responsabilidades. Esse elemento, aliás, é apontado por alguns jovens como o que marca a passagem da infância para a juventude, conforme Franch Gutiérrez (2000).

“quando as sociedades tomam consciência de sua existência problemática, das dificuldades encontradas para assegurar sua continuidade – isto é, sua reprodução –, o questionamento dos processos de socialização expressa-se com impetuosidade. As sociedades interrogam sua ‘juventude’ e se interrogam a respeito do que lhe têm causado.” (BALANDIER, 1976, p. 69).

É o que acontece na Chicago dos anos 30, quando a cidade sente os problemas urbanos enfrentados pelos Estados Unidos no período pós-crise de 1929. O desenvolvimento industrial e seu decorrente crescimento urbano, especialmente por conta de migrações (do meio rural e de países pobres da Europa) transformam a sociedade americana num *melting pot* de misturas étnicas. Com a ida de Robert Ezra Park para o Departamento de Sociologia da Universidade de Chicago, há uma renovação dos estudos urbanos. Temas como a marginalização social, a delinqüência, a prostituição e a vida boêmia, antes temas não abordados pela academia, tornam-se as preocupações centrais da Escola de Chicago, como ficou conhecido o grupo de pesquisadores daquele Departamento de Sociologia (FEIXA, 1998).

Um dos efeitos mais marcantes desse processo de industrialização da sociedade americana é o surgimento de gangues jovens. Logo, os autores da Escola de Chicago se preocupam com o tema e são os primeiros a abordá-lo com critérios científicos:

“el supuesto fundamental de la escuela es que la degeneración de las bandas juveniles era causada por la *anomia* reinante en ciertas *regiones morales* de la gran ciudad, marcadas por la desorganización social y la desaparición de los sistemas tradicionales de control informal. La desviación juvenil no sería por tanto un fenómeno patológico, sino el resultado previsible de un determinado contexto social que era preciso analizar.” (FEIXA, 1998, p. 38).

Segundo Frith (1984), a principal abordagem cultural da delinqüência, antes da II Guerra Mundial, não provém da Escola de Chicago, mas do sociólogo francês do século XIX Emile Durkheim. É Robert Merton quem utiliza a noção de *anomia* de Durkheim para explicar os padrões de crimes americanos, sugerindo uma abordagem do crime juvenil muito pertinente, adotada por autores da Escola de Chicago como A. K. Cohen e W. Foote-Whyte. A importância do trabalho de Merton, segundo Frith, está em definir a delinqüência como um problema da sociedade, não dos indivíduos. A “normalidade” ou “anormalidade” dos delinqüentes precisa de uma explicação sócio-histórica, mais do que psicológica (FRITH, 1984).

Em 1926, Frederick Thrasher publica “The gang. A study of 1313 gangs in Chicago”, onde estuda desde grupos de jogos, grupos familiares e fraternidades colegiais até máfias, gangues criminosas adultas e sindicatos. A definição que o autor dá às gangues – como grupos intersticiais que se formam espontaneamente e depois se integram através do conflito – supera as conotações desviacionistas e patológicas correntes na criminologia da época (FEIXA, 1998).

Outro trabalho de peso da Escola de Chicago é “Street-corner society”, escrito em 1943 por Willian Foote-Whyte. Neste trabalho, o autor analisa duas gangues de um bairro italiano de Boston. O diferencial de sua pesquisa é um trabalho de campo com intensa observação

participante, garantida pela convivência com uma família de imigrantes italianos e profundos vínculos de amizade com Doc, o líder dos Nortons (FEIXA, 1998).

Os funcionalistas americanos dos anos 40 e, principalmente, 50 também estudam a cultura *teenage* de sua época a partir de conceitos durkheimianos. Para estes autores, as instituições sociais precisam ser explicadas em termos de sua estabilidade social: assim como os biólogos explicam partes do corpo em termos da manutenção da vida, os funcionalistas relacionam as instituições sociais com a manutenção da sociedade. As culturas juvenis, portanto, são vistas como tendo uma função social, que aparece por causa das mudanças na estrutura social americana que coloca novos problemas para a cultura juvenil resolver. Isso se aplicaria inclusive para as culturas delinquentes que surgem na época: uma instituição social estabelecida que aparece desruptiva deve ajudar a manter a ordem social – como Durkheim argumenta que o crime, como um fenômeno social “normal”, deve ter uma função social (FRITH, 1984).

Talcott Parsons é o maior expoente da sociologia estrutural-funcionalista e quem legitimou o surgimento de uma “cultura juvenil” em dois artigos chave: “Age and sex in the social structure of USA”, de 1942 e “Youth in the context of American Society”, de 1963 (FEIXA, 1998). Segundo Parsons,

“al entrar en la adolescencia comienza por primera vez a desarrollarse un conjunto de pautas y fenómenos de conducta que implican una combinación sumamente compleja de elementos pertenecientes a la gradación por edades y a los fenómenos de la ‘cultura juvenil’. Algunos de sus elementos se encuentran presentes en la preadolescencia y otros en la cultura adulta. Pero la combinación peculiar que se da en relación con este nivel de edad particular es única y muy característica de la sociedad norteamericana.” (PARSONS, 1967, p. 81).

Talcott Parsons chama os grupos etariamente homogêneos (de jovens) de contingentes orientados por relações humanas: “sugiro que, do ponto de vista da função seletiva da escola secundária, a cultura juvenil ajuda a diferenciar os tipos de personalidades que irão, mais cedo ou mais tarde atuar em diferentes funções como adultos.” (PARSONS, 1968).

Segundo essa análise funcionalista de Parsons, a estratificação dos grupos juvenis tem uma função seletiva: “é uma ponte de ligação entre a ordem de aproveitamento e o sistema de estratificação adulta da comunidade” (PARSONS, 1968, p. 71). Isso porque os grupos juvenis não são meras imitações da estratificação da escola elementar. Enquanto os grupos homogêneos que se formam com crianças da escola elementar reproduzem a divisão de classe social dos adultos, nos grupos homogêneos informais juvenis indivíduos de *status* mais baixo podem ser aceitos em grupos que incluem membros de famílias de *status* superior. “Esse sistema estratificado da juventude opera como um verdadeiro mecanismo classificador; não apenas reforça o *status* de origem” (PARSONS, 1968, p. 71).

Um dos trabalhos teóricos mais importantes dos estudos sobre juventude até os anos 60 é “De geração a geração”, de Eisenstadt. O autor segue o modelo teórico de T. Parsons: “a ação humana está baseada em ‘escolhas’, ‘dilemas’ de escolha entre diversas orientações possíveis” (RIFIO’TIS, 1995, p. 108). Cada indivíduo, desempenhando múltiplos papéis na sociedade, deve optar por uma orientação de valor, uma vez que os comportamentos sociais não são pré-definidos e sim representam um leque de possibilidades (RIFIO’TIS, 1995).

O objetivo principal de Eisenstadt é “compreender de que maneira se organizam, na sociedade, as experiências comuns a um certo grau etário e a relação destas com outros graus etários” (EISENSTADT, 1976, p. 14). O autor trata então de dois problemas inter-relacionados:

- a) “em que medida a distribuição dos papéis se faz segundo a idade?”;
- b) “a potencial comunhão de interesses dos membros de uma mesma faixa etária conduz a alguma interação concreta, como por exemplo pertencer a um grupo etário semelhante e, no caso afirmativo, em que medida?” (EISENSTADT, 1976, p. 14).

Quanto à segunda questão, Eisenstadt diz que os grupos etariamente heterogêneos são mais importantes que os etariamente homogêneos:

“[...] apesar de os membros de um certo grau etário possuírem muitas características similares, sua interação (na medida em que se estrutura em termos de idade) deveria verificar-se principalmente com membros de outros graus etários, de maneira a assegurar esta complementaridade e a contínua interação das diferentes gerações” (EISENSTADT, 1976, p. 14).

Por outro lado, Eisenstadt destaca que os grupos etários homogêneos podem, freqüentemente, desempenhar: “as mesmas funções que postulamos para a interação de elementos etariamente heterogêneos, como instrumentos de socialização do indivíduo e como mecanismos de continuidade do sistema social” (EISENSTADT, 1976, p. 15).

Nas sociedades em que as orientações básicas de valor estão em harmonia com as interações da imagem humana – sociedades particularistas, difusas, qualitativas – o critério etário como princípio de distribuição de papéis é mais importante. Nestas sociedades, a família e/ou a unidade de parentesco é a unidade básica da divisão social do trabalho. As formas básicas de interação entre os graus etários são as relações etariamente heterogêneas. As homogêneas são de importância subsidiária, segundo Eisenstadt (1976, p. 33).

Já nas sociedades em que a família ou a unidade de parentesco não assegura, ou impede, que seus membros alcancem pleno *status* social, existe a tendência em surgir grupos etariamente homogêneos (EISENSTADT, 1976, p. 33).

Mostrando o quanto a idade é trabalhada (uma construção social), com sua função integradora e hierarquizante, Eisenstadt pensou as “causas” e “funções sociais” do surgimento de grupos etariamente homogêneos. Esse referencial estrutural-funcionalista influenciou muitos

trabalhos sobre as gangues americanas a partir dos anos 50, e apesar das tentativas de alguns autores de se afastar deste paradigma, talvez apenas hoje outras abordagens sobre juventude estejam sendo alcançadas.

É somente a partir dos anos 60, principalmente nos Estados Unidos, que surge uma Sociologia da Juventude. “A juventude inquieta e fascina”, torna-se objeto de pesquisas e é reconhecida e considerada “a partir das formas de expressão e de organização que lhe são próprias.” (BALANDIER, 1976, p. 67-68).

Neste período, propõe-se a psicologia da juventude e a sua definição, mas o objeto parece escapar às abordagens. As sociedades urbanizadas têm problemas de continuidade, os quadros de socialização tradicionais estão em crise, os jovens antecipam sua maioridade e os mais velhos almejam prolongar sua juventude. A duração do aprendizado e da educação é prolongada, a média de vida aumenta, fazendo com que muitas gerações coexistam e compitam por emprego. A juventude é uma categoria imprecisa (BALANDIER, 1976).

Neste contexto, os jovens procuram viver sua situação coletivamente, em seus ajuntamentos, grupos e movimentos e nos lugares em que se reúnem, na multiplicidade do espaço urbano. Uma sociedade jovem parece ser “separada” da sociedade adulta, identificando-se com o que é levantado contra o resto da sociedade. A guerra de gerações agora é pública (BALANDIER, 1976). Para Balandier,

“isso explica porque a juventude é freqüentemente avaliada a partir de suas rejeições e dos ataques por ela engendrados. Esses ataques situam-se ao longo de um *continuum* que vai da integração ativa à reivindicação, à contestação e ao ‘absenteísmo’. [...] Em qualquer dos casos, os jovens se identificam e se ligam em prol de uma *relação tensiva* no ‘mundo adulto’, suas posições e iniciativas adquiriram, progressivamente, significação política.” (BALANDIER, 1976, p. 70).

Abramo destaca que assim se produziu uma espécie de “fixação” do “modelo ideal” do comportamento juvenil nos movimentos dos anos 60. Essa fixação, “acabou por cristalizar uma ‘essência’ da condição juvenil como portadora de utopias e de projetos de transformação” (ABRAMO, 1994, xiii). Isso fica muito patente quando revisamos os principais trabalhos sobre juventude no contexto das ciências sociais³. É como se coubesse à juventude o ônus da mudança.

Nesta dissertação, busco fugir de abordagens dos jovens como potencialmente voltados para a mudança – este tipo de enfoque das práticas juvenis que parece pesá-las ou avaliá-las de acordo com sua rebeldia ou conformação com certos padrões vigentes da sociedade (adulta), o “sistema”. Pensar os jovens como tendo a opção de serem ou rebeldes ou alienados, e avaliar as suas práticas nestes termos, é esvaziar ambos de toda a riqueza de significados que

³ Carlos Feixa (1998) foi muito feliz em sua revisão de literatura sobre os estudos de juventude, mostrando as principais contribuições e as abordagens “clássicas” sobre jovens nas Ciências Sociais. Ver ainda Abramo, 1994 e Groppo, 2000.

produzem a todo o momento. Para chegarmos um pouco mais perto da compreensão do que é ser jovem, precisamos procurar por esta resposta nos próprios jovens, e não num olhar exterior que procura enquadrar indivíduos e comportamentos enquanto “normais” ou “anômicos”, buscando explicar fenômenos através de sua “função” em uma sociedade ou cultura mais ampla. Aqui, esses fenômenos, práticas e indivíduos são tomados como fazendo parte deste contexto mais amplo.

Uma outra corrente dos estudos sobre juventude merece ainda ser lembrada, pois teve e tem um papel importante para esse debate, lançando novos olhares não lançados sobre a juventude: a Escola de Birmingham. As proposições da equipe multidisciplinar do *Center for Contemporary Cultural Studies* (CCCS) são audaciosas:

“en la tradición heterodoxa del marxismo británico (de R. Williams e E. P. Thompson), los autores de la escuela de Birmingham toman prestados elementos del interaccionismo simbólico, del estructuralismo, de la semiótica, de la literatura contracultural y del marxismo cultural para articular un complejo marco teórico que dé cuenta de las raíces históricas, sociales y culturales que explican el surgimiento de expresiones juveniles novedosas en la Gran Bretaña posterior a 1950.” (FEIXA, 1998, p. 52).

O livro básico dos autores de Birmingham é “Resistance through rituals” (1975), que até hoje tem sua pertinência para os estudos de subculturas juvenis. Logo no início do livro, os autores se colocam:

“this issue of WPCS is devoted to post-war youth sub-cultures. We have tried to dismantle the term in which this subject is usually discussed – ‘Youth Culture’ – and reconstruct, in its place, a more careful picture of the kinds of youth sub-cultures, their relation to class cultures, and to the way cultural hegemony is maintained, structurally and historically.” (HALL e JEFFERSON, 1996, p. 5).

Neste livro é questionada a tese então em voga que vê a cultura juvenil como um conglomerado homogêneo e interclassista, analisada em termos de “conflito de gerações”. Um conceito chave nestes estudos é o de “estilos juvenis”, entendidos como intenções simbólicas de abordar as contradições não resolvidas na cultura parental e também formas de resistência (ritual) ao sistema de controle cultural impostos pelos grupos no poder. Com a noção de classe, a análise se torna mais complexa: as subculturas juvenis são abordadas a partir de uma “tripla articulação” com as culturas parentais, a cultura dominante e com o grupo de pares (FEIXA, 1998, p. 54).

Esta dissertação se afasta das proposições da Escola de Birmingham em diversos aspectos, embora pelo menos um dos trabalhos da Escola tenham sido de grande importância para a construção do objeto aqui estudado⁴. Aqui não estou pensando a juventude através de aspectos espetaculares. Nem mesmo escolhi jovens de estilos espetaculares para fazer essa

⁴ Trata-se do trabalho de Garber & McRobbie (1996) que se preocupa com a dimensão de gênero nos estudos sobre juventude.

pesquisa. Também não utilizo a noção de subculturas juvenis, tão cara aos membros da CCCS, preferindo a noção de microculturas, como ficará mais claro adiante.

As formulações da “Escola de Birmingham” têm suscitado algumas críticas⁵, principalmente relacionadas a um enfoque “romântico” da resistência das subculturas, que não leva em conta os conteúdos conservadores e convencionais que estas podem carregar. Lave *et. al.* colocam que o trabalho dos representantes do CCCS é grande nas análises teóricas, mas insuficiente nos estudos empíricos. Os membros da Escola nunca teriam explorado profundamente as conexões entre estrutura e subjetividade e não teriam dado atenção suficiente para a significação da subjetividade (WULFF, 1995b).

Esta dissertação busca justamente privilegiar os dados empíricos. O objetivo geral do projeto que resultou neste trabalho, era *estudar as práticas de meninas na cidade de Recife em vários contextos de lazer como “shoppings”⁶, eventos públicos, praias, bares, festas, etc.* No entanto, a idéia de práticas era bastante abrangente, e seria mais bem delimitada a partir do que as meninas com quem eu trabalhasse me “trouxessem” em nossos encontros.

Como o trabalho de campo às vezes parece ter vida própria, nos obrigando a fugir um pouco de nossos roteiros originais ou não permitindo que os cumpramos adequadamente, este objetivo não foi em todo alcançado. Devido a uma certa “dificuldade de inserção”, a pesquisa acabou se restringido praticamente apenas no shopping center.

Eu tinha ainda como objetivos específicos do projeto:

- a) *identificar a participação e o espaço das meninas na cultura juvenil;*
- b) *analisar as formas de sociabilidade das jovens mulheres nos vários lugares e entre os vários grupos que habitam estes lugares;*
- c) *estudar as relações de amizade entre jovens mulheres.*

Com a pesquisa ficou claro que as noções de cultura juvenil, contracultura e subcultura não eram adequadas para pensar o espaço ocupado pelas meninas através da vivência de suas juventudes. A questão, aliás, não era mais estudar o espaço das meninas em uma cultura juvenil mais abrangente (um conceito muito vago, afinal não podemos afirmar que os jovens possuem sua cultura em separado da cultura de outras idades), mas de que forma as práticas culturais delas poderiam ser entendidas. Desta forma, optei pela noção de microcultura.

⁵ Uma sistematização das críticas mais pertinentes feitas à teoria subcultural é feita por Frith (1984).

⁶ A redução do nome shopping center a simplesmente shopping é uma adaptação nacional, da mesma forma que a conseqüente pluralização “shoppings”, gramaticalmente incorreta em inglês. Devido à ampla difusão destes termos no Brasil e ao caráter brasileiro que os mesmo já receberam, estarei dispensando as aspas e as fontes em itálico de agora em diante. Alguns autores adotaram a abreviação SC em seus trabalhos, que poderá aparecer em algum momento aqui.

Como a pesquisa se centrou no shopping center, as sociabilidades e as relações entre os diferentes grupos foram pensadas a partir da freqüentação deste espaço.

A dissertação ficou então da seguinte forma estruturada: no capítulo “O encontro etnográfico” eu localizo as meninas com as quais trabalhei. A trajetória do trabalho de campo, as dificuldades e as necessidades de repensar a metodologia diversas vezes são reconstituídas neste capítulo.

No capítulo “Nós, meninas bem-comportadas” eu trato do “discurso no bom-comportamento” que acompanhou toda a trajetória da pesquisa, assim como as implicações teóricas e metodológicas de se trabalhar com uma “juventude normal” (que não se identifica através de estilos espetaculares nem de práticas desviantes). Também neste capítulo eu falo dos diferentes grupos juvenis percebidos pelos jovens e das relações entre estes diferentes grupos, enfim, questões relativas às identidades das meninas estudadas.

Em “Lazer e cotidiano no shopping center” eu discuto o “papel” do shopping no cotidiano das meninas. Neste capítulo, é feita uma discussão sobre o shopping center como um espaço para a freqüentação ritual e para a sociabilidade juvenil e sobre as compras e o consumo das meninas.

O projeto tinha ainda uma perspectiva de gênero que o atravessava e o embasava teoricamente. Durante o campo, eu estava, portanto, preocupada com as relações entre meninos e meninas, embora estivesse trabalhando apenas com jovens mulheres. Questões de gênero relativas ao “ficar”, ao “rolinho”, ao namoro, às expectativas das meninas quanto às relações com os meninos e à percepção delas quanto às expectativas dos meninos são trabalhadas no capítulo “Questões e relações de gênero”.

As relações de amizade são abordadas do capítulo “Amigo não tem defeito”.

Cabe ainda nesta seção uma pequena nota sobre o título deste trabalho – *As Patricinhas no Mundo do Shopping Center: um discurso e algumas práticas juvenis bem-comportadas*. Em nenhum momento, quando da elaboração do projeto de pesquisa que deu origem a esta dissertação (intitulado *Elas por Elas: uma etnografia de jovens mulheres em Recife*), pensei em estudar patricinhas. Seria partir de um rótulo que eu ainda não sabia se era assumido pelas jovens na sua construção de identidades, nem como ele era recebido entre elas. O termo só apareceu na segunda parte da pesquisa, quando as meninas o usavam para marcar as diferenças entre os diferentes estilos de jovens que conheciam. Todas as meninas que participaram das entrevistas naquele momento se definiram, de alguma forma, como patricinha – em geral elas admitiam que gostavam de se arrumar como patricinhas, embora não compartilhassem da cabeça de patricinha.

Quando pensei no título, achei que talvez alguma menina pudesse não gostar muito da idéia, achá-lo muito direto ou rude – afinal, patricinha é também uma categoria de acusação, na medida em que a menina muito cheia de frescuras, muito fútil, também é uma patricinha. Entrei então em contato via *e-mail* com as meninas que haviam sido entrevistadas e, para minha surpresa, todas as que responderam disseram que gostavam do título, que não era nenhuma ofensa e que eu poderia prosseguir por aí.

Ao fazer esta dissertação eu conheci um mundo com discursos e práticas completamente diferentes dos meus e ao mesmo tempo com muitas coisas que também fazem parte de quem eu sou. Convido você a conhecer este mundo.

2. O Encontro Etnográfico

Posicionando sujeitos, metodologias e técnicas

“Uma das vantagens da Antropologia como empreitada acadêmica é que ninguém, nem mesmo os que a praticam, sabem exatamente o que ela é.” (GEERTZ, 2001, p. 86).

Para Clifford Geertz, os antropólogos estão em meio a uma permanente crise de identidade, provavelmente reforçada pelo “desaparecimento do objeto” – já que cada vez menos antropólogos estudam os “primitivos”, e cada vez mais os que os estudam têm dúvidas se eles são realmente “primitivos”. O antropólogo percebe que dizer que a Antropologia é a ciência do Homem é um pouco demais. Diante da pergunta “*ciência do que?*” a resposta então acionada mais enfatiza o *método* do que responde: a Antropologia é a ciência do Trabalho de Campo Etnográfico.

“O que fazemos que os outros não fazem, ou só fazem ocasionalmente, e não tão bem feito, é (segundo essa visão) conversar com o homem do arrozal ou a mulher do bazar, quase sempre em termos não convencionais, no estilo ‘uma coisa leva a outra e tudo leva a tudo o mais’, em língua vernácula e por longos períodos de tempo, sempre observando muito de perto como eles se comportam” (GEERTZ, 2001, pp. 89-90).

Nosso fetiche pelo método não é novo. Se a Antropologia do século XIX é principalmente construída a partir de dados de segunda mão, coletados por viajantes e missionários (o antropólogo é aquele que pensa, analisa as informações a partir de seu escritório), no início do século XX, com Boas, na América, e Malinowski, na Europa, são colocadas novas necessidades para a investigação antropológica. Ambos os autores são responsáveis por uma importante ruptura no modo de fazer trabalho de campo: o contato direto com os nativos passa a ser visto como de vital importância.

A Antropologia Clássica, portanto, introduz um modelo de trabalho de campo, marcado pelo “estar junto dos nativos”, “aprendendo seus pontos de vista”, “colocando-se no lugar do outro” (MALINOWSKI, 1978), falando sua língua. É este o modelo importado para os estudos feitos nas sociedades urbanas industriais, na própria cultura do antropólogo, o que suscita uma série de reflexões. Quando estudamos um “outro” que não é “tão outro assim”, pois pode ser o nosso vizinho, nosso colega ou nosso correligionário, estamos diante de um exercício de estranhamento fundamental para a construção de um trabalho etnográfico.

A dimensão do *encontro* é assim uma das características mais importantes do trabalho de campo etnográfico, e a partir dela outros aspectos podem ser pontuados. O encontro com uma cultura diferente da nossa nos leva a relativizar hábitos estranhos aos nossos, procurando uma aproximação necessária para a construção de uma etnografia. O encontro com indivíduos ou

grupos de nossa própria cultura nos faz também relativizar, procurando um certo estranhamento de hábitos que conhecemos e praticamos diariamente. É a necessidade de transformar o exótico em familiar e o familiar em exótico, segundo DaMatta (1987).

Meu trabalho de campo para essa dissertação se deu num espaço urbano, num ambiente que me é familiar – o shopping center. Meu encontro foi com jovens freqüentadoras de shoppings, com idade entre 13 e 18 anos. Como eu já havia feito meu trabalho de conclusão de curso sobre sociabilidade juvenil em uma praça de alimentação, parecia, a princípio, que não seria muito difícil estabelecer contato com as meninas neste lugar. Mas eu estava subestimando diferenças que com o passar do tempo foram se mostrando. Em primeiro lugar eu não sou de Pernambuco, e entre o Beiramar Shopping, de Florianópolis, e o Shopping Recife havia uma série de códigos diferentes para decifrar. Eu estava acostumada com um shopping relativamente pequeno, de uma cidade de tamanho médio. Agora estava no “maior shopping center da América Latina”⁷, em uma metrópole. Os jovens também não eram os mesmos: ao próprio fato de morar em uma cidade grande implica numa série de comportamentos de defesa da violência, como uma vida social restrita ao bairro de origem, que não era compartilhado pelos jovens de Santa Catarina. Havia, portanto, coisas a estranhar e coisas a familiarizar.

A metodologia escolhida visava uma intensa aproximação das meninas, e as técnicas de campo seriam a participação, a observação e a conversação – atividades que se interligariam e não teriam limites precisos. Tanto na observação quanto na participação, a idéia era coletar dados que se referem às formas de expressão verbal e não-verbal, às *performances*, à possível escolha de sinais diacríticos (como roupas e acessórios) que as diferenciasse de outras meninas. A conversa seria a forma de estabelecer uma relação entre mim e as meninas, uma forma de conquistar sua confiança, e também de saber quais os tópicos mais abordados por elas em suas conversas dentro de seu grupo de amizade.

Este caráter de encontro, de estar próximo dos informantes, ouvindo-os e procurando captar seus “imponderáveis da vida social” (MALINOWSKI, 1978) é algo que extrapola a dimensão metodológica – a pesquisa antropológica exige que metodologia e teoria estejam “afinadas”. No meu caso, ao partir para o trabalho de campo etnográfico eu havia construído uma argumentação relativamente densa sobre a forma como gênero poderia ser uma categoria analítica útil para pensar juventude. Mas a própria definição desta juventude só seria possível depois de feito o campo. Eu queria ouvir as meninas, saber o que era importante para

⁷ De acordo com o imaginário local. Na verdade, o Shopping Recife é um dos maiores shoppings do Brasil, sendo menor que o Centro Comercial Leste Aricanduva, em São Paulo – SP (com uma área bruta locável de 242.300m², 500 lojas satélites e 35 lojas âncoras) e o Parque D. Pedro Shopping, em Campinas – SP (que tem área bruta locável de 108.600 m², 310 lojas satélites e 13 âncoras). Cf. *site* da ABRASCE – Associação Brasileira de Shopping Centers: www.abrasce.com.br. Ver nota número 10 desta dissertação.

elas no que concerne sua vivência de suas juventudes, saber quais os assuntos eram pertinentes a elas e de que forma ocupavam seu tempo. Queria que elas me trouxessem estas informações para então fazer escolhas teóricas – culturas juvenis, subculturas, microculturas, grupos juvenis, etc. – que fossem apropriadas com o modo como elas vivem suas vidas juvenis. A partir do momento que eu me propunha a trabalhar com as classificações e vivências de minhas informantes, e não com um olhar exterior a elas, eu estava privilegiando esta dimensão do encontro da pesquisa de campo. Talvez seja esta uma das contribuições mais pertinentes da Antropologia aos estudos de juventude – a possibilidade de pensar os jovens por eles mesmos (“Elas por elas”).

Logo percebi que simplesmente conversar, jogar papo fora, embora fosse uma ótima forma de chegar aos assuntos mais pertinentes para as meninas, não seria possível nos primeiros contatos com elas. Eu as abordava no shopping, falava de minha pesquisa e fazia algumas perguntas sobre a freqüentação delas àquele lugar (vem sempre aqui? vem com quem? o que procura no shopping? etc.). Então eu anotava o telefone delas para contatos posteriores. Aí é que parecia “não colar” chamá-las para simplesmente conversar. Passei a falar em entrevistas, e num segundo contato eu lhes fazia mais perguntas, de forma bem informal e geralmente sem o uso de gravador. Não usar o gravador, além de ser uma forma de conseguir um contato mais informal com elas, se dava pela péssima acústica da praça de alimentação, com excesso de ruídos que dificultam a transcrição do material.

Com três ou quatro meses de trabalho de campo, eu conseguia manter contato com três grupos de meninas: o primeiro, que não era necessariamente um grupo, era formado por meninas de Boa Viagem, que tinham toda a sua rotina no mesmo bairro (casa, escola, cursos de idiomas, academia, amigas, o shopping). Desse “grupo” faziam parte: Clarissa⁸, Amélia e Carol. Clarissa é prima de um amigo meu, e foi ele quem sugeriu que eu falasse com ela. Através do irmão da jovem, também conhecido meu, consegui seu telefone. Clarissa era minha principal interlocutora, a única que cheguei a visitar em sua casa, a única com quem eu consegui conversar durante horas sem roteiros prévios, que me falava de suas amigas e parecia interessada em me apresentar a elas, mas nunca conseguia fazer isso, ou porque suas amigas estavam preocupadas com outras coisas ou por qualquer outro motivo que eu desconheço. Em nosso primeiro encontro ela foi ao shopping só para conversar comigo e naquele mesmo dia me apresentou a Amélia, sua prima, e a Carol, prima de Amélia. A relação entre Clarissa e Amélia era mais familiar. As duas não estudam no mesmo colégio, o que parece ser muito importante para o estabelecimento de relações de amizade que incluam “as saídas” juntas. Amélia e Carol, por sua vez, estudam no mesmo colégio, embora em séries diferentes, e sempre vão ao shopping e às

⁸ Para preservar a imagem dos jovens que participaram dessa pesquisa, os nomes usados são todos fictícios.

festas juntas. O que estas meninas de Boa Viagem têm em comum é o fato de estarem estudando com as mesmas colegas há bastante tempo, e conseqüentemente têm um círculo de amizade relativamente bem constituído e estável.

O segundo grupo, embora eu tenha conseguido contato no Shopping Recife, era formado por meninas que moram no bairro de Casa Forte e suas redondezas, e freqüentam mais o Plaza Shopping e o Tacaruna (este último situado em Olinda). Débora, Lise, Marisa, Amanda, Márcia, Cláudia e Marília estudaram juntas por anos, num tradicional colégio de Casa Forte, e neste ano⁹ “sofrem a separação” pela conclusão do ensino médio e transição para a universidade. Algumas destas meninas estavam com mais de 18 anos, acima, portanto, do recorte etário que eu imaginei. Também não havia planejado trabalhar com meninas universitárias, mas a condição do grupo me parecia tão interessante que merecia atenção. Depois de anos de uma amizade cultivada diariamente, as meninas tentavam manter o grupo coeso apesar de cada uma estar estudando num lugar diferente e com diferentes horários. Elas estabeleceram um dia por semana para almoçarem juntas, no Plaza Shopping, e eu acompanhei vários destes almoços. Em algumas oportunidades foi possível “apenas conversar” com as meninas, sem o diário de campo, sem o gravador. Aos poucos fui percebendo as reuniões delas ficarem mais espaçadas e o grupo diminuir.

Além das meninas, este grupo tinha ainda um rapaz, sempre presente nas reuniões – Tiago. Em todos os encontros que participei, Tiago estava lá. Entrevistei o rapaz sozinho um dia, o que foi fundamental para o enfoque relacional que o uso da noção de gênero evoca.

O terceiro grupo era formado por meninas da cidade de Arcoverde, no interior de Pernambuco, que vieram para Recife para estudar, mas que mantêm suas relações de amizade na cidade de origem. Rayssa, Lúcia, Cristina e Jussara estudam em colégios diferentes, e o único lugar onde se encontram em Recife é o shopping center. As meninas vão freqüentemente a Arcoverde; todas tinham pelo menos um dos pais morando lá, e durante a pesquisa, Rayssa e Lúcia (que são irmãs) mudaram-se novamente para sua cidade.

Entrevistei ou conversei ainda com outras meninas, mas estes três grupos pareciam-me tão interessantes que decidi me centrar neles.

A partir dos primeiros contatos, nos quais eu perguntava também sobre outros espaços de lazer e sociabilidade das meninas, a idéia era intensificar a relação e conseguir acompanhá-las também nestes outros ambientes. Comecei de forma discreta, perguntando sobre as boates, por exemplo, e depois de algum tempo tentei me convidar para sair com elas. A relação

⁹ 2003.

era sempre marcada por muita simpatia, tanto pelo telefone como pessoalmente, mas parecia que aquela proximidade que eu tanto almejava jamais iria se firmar.

Eu perguntava sobre a rotina diária delas, seus hábitos de cuidado com o corpo, a forma como ocupam o tempo cotidiano, mas não conseguia me aproximar deste cotidiano.

Tive a idéia de fazer diários, onde as meninas anotariam o que fazem diariamente, durante duas ou três semanas. A idéia pareceu boa e foi bem recebida pelas meninas. Como eu tinha pouquíssimo material gravado, combinei com as meninas que quando fosse pegar os diários de volta nós iríamos conversar sobre ele, mesmo porquê havia algumas perguntas na última página, com um pequeno espaço para respostas, que eu gostaria de explorar mais. Minha idéia era que esta conversa fosse gravada. Desta forma, teria em mãos um bom material: notas de encontros e conversas informais, observação, um diário sobre a rotina diária das meninas (ou dos pontos que elas achassem relevantes que eu soubesse sobre suas rotinas), e uma entrevista gravada com cada menina que preencheu o diário.

Mas quando tentei começar a recolher os diários, as dificuldades apareceram novamente. Eu simplesmente não conseguia encontrar mais ninguém: telefone celular que não atende, telefone de casa ocupado, menina que saiu, menina que viajou, encontro marcado e não efetivado, enfim, uma série de “sabotagens” que colocaram uma série de questões.

Em primeiro lugar me perguntei sobre o tempo destas meninas. São estudantes, vestibulandas, filhas, namoradas, meninas com uma rotina repleta de compromissos. Talvez eu tivesse “caído de pára-quedas” no seu cotidiano, e não houvesse muito mais espaço para mim do que o que eu estava tendo.

Também pensei em nossa relação de reciprocidade: afinal, além de ser um encontro, o trabalho de campo é uma *relação de reciprocidade* — uma troca entre informantes/interlocutores e antropólogo. Nem sempre essa troca é explícita (o pesquisador que leva miçangas ou tabaco aos nativos em troca de informações), e pode estar sendo estabelecida na ordem nas expectativas, na forma de algum tipo de vantagem, *status* ou empoderamento. Geertz, pensando sobre o trabalho de campo em países novos, reflete sobre essa relação de troca. Para o autor, muitas vezes o informante vê o antropólogo como uma vitrine de oportunidades, enquanto o antropólogo está muito mais apto para apontar problemas do que para pensar em soluções. Aí é que reside a ironia antropológica: antropólogo e informante vêem as coisas de modo diferente, e isso diz respeito ao conteúdo de sua relação. A ironia está na assimetria radical de opiniões sobre as verdadeiras chances do informante e do seu país, combinada com a concordância sobre o que elas deveriam ser (GEERTZ, 2001).

Eu buscava nelas as informações que precisava para minha dissertação, mas o que tinha para dar em troca? Conforme Geertz,

“pois, se o antropólogo é de fato essencialmente irrelevante para o destino dos informantes e movido por interesses que, salvo da forma mais indireta, não têm nada a ver com eles, com base em quê tem ele o direito de esperar que essas pessoas o aceitem e o ajudem?” (GEERTZ, 2001, p. 39).

Geertz se refere a pessoas necessitadas, que esperam melhorias em suas condições de vida, e para as quais o antropólogo representa o típico benfeitor capaz de trazer estas benfeitorias. Para o autor, esta deveria ser uma experiência portadora de modéstia e de elevação, mas na maior parte das vezes é simplesmente desorientadora. Eu estava tratando com meninas cujo “capital cultural” (falo do acesso à educação, à arte, a viagens, à informação) era muito superior ao meu. Eu provavelmente não tinha muito a oferecer a elas, e certamente não consegui ter a oportunidade de oferecer qualquer coisa. Não parecia haver ganho algum para elas em participar de uma pesquisa como a minha, seja ganhos concretos, seja algum tipo de expectativa (eu não mudaria suas vidas) ou *status* (seus *status* não dependiam de mim). Como se faz trabalho de campo sem troca?

Tratava-se de um contexto completamente diferente do esboçado por Geertz, mas eu me sentia voltando ao escambo, e com uma moeda inegociável (GEERTZ, 2001).

Ainda segundo Geertz (2001), existe uma *ficção* que está no coração da pesquisa de campo bem sucedida, através da qual é possível manter a sensação de que antropólogo e informantes são membros, ainda que temporariamente, de modo incompleto e inseguro, de uma mesma comunidade moral. Em meu trabalho, embora essa ficção parecesse já dada — afinal não éramos jovens mulheres de sociedades diferentes, mas vivíamos da mesma cidade grande do nordeste do Brasil — ela nunca chegou a se efetivar completamente. Havia ainda outros elementos que nos distanciavam, talvez mais comportamentais do que sociais ou culturais.

Outra característica do trabalho de campo diz respeito a seu *caráter terapêutico* e existencial para o antropólogo. A esse respeito, pouca coisa foi escrita, mas muita coisa foi dita nos corredores dos departamentos de Antropologia. Muitas vezes nos espantamos por estar observando, descrevendo e interpretando a nós mesmos enquanto estamos em campo, e acabamos incorporando certas crises como fazendo parte do trabalho do antropólogo. Enfim, o trabalho de campo é marcado por dilemas e escolhas que não acontecem por acaso, e a dimensão pessoal e subjetiva dificilmente se separa deste processo.

Depois de inúmeras crises, algumas lágrimas derramadas e algumas pessoas próximas sendo infernizadas, eu me via diante de um dilema: era preciso buscar formas de perceber até que ponto minhas impressões sobre as práticas juvenis destas meninas eram apenas minhas impressões ou eram pistas para refletir sobre esta juventude.

Com um pequeno arsenal de notas sobre conversas e observações, e o diário de apenas uma das meninas, voltei ao shopping center para mais uma série de entrevistas. Desta vez seria mais direta – nada de tentar aproximação intensa, não havia mais tempo para isto. Entre os dias 29 de julho e 16 de agosto de 2003, fiz 15 entrevistas, com um total de 33 meninas e 2 meninos.

Esta etapa da pesquisa foi a mais frutífera. As entrevistas fluíram de uma forma leve e descontraída. As meninas em geral foram muito simpáticas comigo, e ao final da entrevista, quando agradecia a elas pela atenção, dizendo que a conversa tinha sido ótima, ouvi de diversas meninas um “eu também gostei de nossa conversa” simplesmente gratificante. Até mesmo os problemas técnicos puderam ser superados, utilizando-se de um equipamento de melhor qualidade que conseguia captar as vozes nas entrevistas sem grande prejuízo pelo ruído externo.

As entrevistas giraram em torno dos temas que, de acordo com a observação participante, pareciam ser os mais relevantes para as meninas, ao menos naquele espaço: o próprio shopping center e seus espaços mais freqüentados, os dias preferidos, as companhias para ir ao shopping, as compras; os outros lugares que elas freqüentam para encontrar pessoas de sua idade (ou pessoas um pouco mais velhas, com algumas gostam de enfatizar); as amizades; os meninos; as formas como classificam os diferentes jovens.

Algumas meninas entrevistadas nesta fase tinham mais de 18 anos (uma com 19, que estava junto com duas meninas de 15 e 16 anos, e que chegou depois de iniciada a entrevista, e outras duas jovens que estavam juntas, uma com 20 e outra com 21). As entrevistas foram consideradas porque não traziam grandes discrepâncias nos dados, em comparação com as outras entrevistas, sendo que no caso das duas meninas mais velhas elas me contaram sobre relações de amizade desde sua primeira adolescência até atualmente, o que foi interessante. Já existe aí um dado importante: é extremamente difícil deduzir a idade das jovens quando estão sentadas conversando na praça de alimentação. Algumas meninas que eu imaginava terem 15 ou 16 anos tinham apenas 13; outras que imaginei terem 18 tinham mais de 20. O modo de se vestir, de se maquiar, parece nivelá-las numa espécie estética juvenil uniforme, principalmente nos dias de sábado, quando elas estão mais bem produzidas.

Após sete meses desde o início do trabalho de campo, encerrei esta atividade. Ao todo tive contato com 59 meninas, sendo que entrevistei ou conversei mais demoradamente com 42 meninas e 4 meninos. Foram entregues diários para 12 meninas – das quais apenas uma me deu retorno, conforme disse.

As informações conseguidas com os três grupos com os quais eu trabalhei na primeira etapa da pesquisa acabaram sendo tomadas como um conjunto único. Não havia dados suficientes para tratar de possíveis especificidades nas práticas dos três grupos.

Em casa novamente – pois embora não tenha enfrentado uma expedição para encontrar minhas “nativas”, a sensação de encerrar o campo e de iniciar a análise dos dados dá um gosto de fim de viagem – passei a refletir mais apuradamente sobre estes encontros e desencontros. O fato do trabalho de campo não ter saído como o esperado, por si só já suscita uma série de questões. Pereira (2003), que trabalhou com as patricinhas da Zona Sul do Rio de Janeiro, também teve seus problemas para encontrar com as meninas para suas entrevistas, já que os atrasos de mais de uma hora e os “bolos” também aconteceram em sua pesquisa. Seria uma característica das meninas das chamadas “camadas médias”, estudantes de colégios particulares e moradoras de áreas nobres de grandes cidades formarem grupos fechados, onde a presença de desconhecidos não é bem recebida? É uma questão relacionada com “essa idade”? Ou tem a ver com o fato delas crescerem aprendendo a não dar atenção a estranhos? Também neste caso a “resposta” talvez esteja, e deve ser procurada, nas próprias meninas, em seu cotidiano e nas falas e discursos sobre esse cotidiano.

Os cenários

Embora eu tenha freqüentado alguns espaços de lazer e de sociabilidade das meninas, como a praia e a boate, o trabalho de campo por assim dizer se desenvolveu todo em dois shopping centers de Recife: o Shopping Recife (inaugurado em outubro de 1980) e o Shopping Plaza Casa Forte (inaugurado em novembro de 1998).

O Shopping Plaza Casa Forte tem três pisos. No primeiro, encontram-se serviços como banco, médico, ótica, etc. e algumas lojas. No segundo piso existem lojas variadas. Nestes dois andares também encontramos quiosques de cafés, sorvete, etc., pelo corredor. No terceiro piso encontram-se a praça de alimentação e o Game Station, portanto, as áreas de lazer do shopping.

Com 190 lojas “satélite” e nenhuma loja “âncora”¹⁰, o Shopping Plaza é pequeno e freqüentado principalmente pelos moradores dos bairros próximos, diferente do Shopping

¹⁰ A classificação das lojas em “âncoras” ou “satélites” é feita pela Associação Brasileira de Shopping Centers – ABRASCE. As lojas “âncoras” são as grandes lojas que chamam um grande número de consumidores, como supermercados e lojas de departamentos, além dos cinemas e diversões eletrônicas. As outras lojas, menores, ou sem o apelo para o lazer, são lojas “satélites”.

Todas as informações sobre estes dois shopping centers, salvo aquelas fruto de minha observação, foram retiradas de suas respectivas fichas técnicas do *site* da ABRASCE na Internet, IN: www.abrasce.com.br

Recife, que é uma referência de lazer e turismo para toda a cidade e região metropolitana. É possível caminhar pelos corredores com tranquilidade, pois o shopping dificilmente fica cheio, embora no horário do almoço a praça de alimentação fique bastante ocupada.

Também não encontramos muitos grupos jovens no Shopping Plaza, em comparação com o Shopping Recife. A freqüentação parece ser predominantemente feminina, com mulheres de todas as idades.

A decoração e ambientação do Plaza são bastante sóbrias. No mês de junho, em plena festividade de São João, a praça de alimentação foi decorada com bandeirinhas e balões – sempre em tons de marrom e bege. Neste período, pude observar um músico tocando piano na praça de alimentação – a decoração era junina, mas a trilha sonora era clássica.

O Plaza não parece ter um apelo para a freqüentação juvenil ou voltada para o lazer. Há apenas uma loja de *burguers*, e os outros estabelecimentos de alimentação não têm como público alvo os consumidores de *fast-food*. Também não existem salas de cinema.

As meninas que encontrei no Shopping Plaza dizem gostar deste shopping porque tudo é “pequeninho e organizado”.

Já o Shopping Recife é imenso (142.310 m²), com 465 lojas “satélites” e 9 “âncoras”. Seu estacionamento tem vaga para 5000 veículos. Em alguns dias da semana, especialmente nos finais de semana, é difícil circular em seus corredores sem esbarrar em outras pessoas. O shopping concentra lojas e opções de lazer variadas – cinemas (10 salas), boliche, Game Station.

Inicialmente o shopping tinha um formato retangular. Depois, foi ampliado, sendo cruzado por outro corredor e ficando com o formato de uma cruz. A última ampliação uniu duas pontas desta cruz em um corredor em curva, formando algo parecido com o P. Apesar do tamanho imenso do Shopping Recife, os jovens claramente se concentram nessa volta do P, que é onde se situam, no piso superior, os cinemas, e no piso inferior, a Praça das Delícias, ou praça nova, o Game Station e o boliche.

Com opções para quase todo tipo de consumidor, o Shopping Recife parece ter como apelo de *marketing* justamente sua variedade e inúmeras opções de compra. É o shopping de todo mundo, é “o shopping”¹¹.

Os jovens que o freqüentam ressaltam seu caráter de ponto de encontro. Eles vão para o shopping porque “todo mundo” vai para lá.

¹¹ Cf. slogan da atual campanha publicitária do Shopping Recife.

3. Nós, Meninas Bem- Comportadas

Juventude “normal”

“Nossa juventude adora o luxo, é mal-educada, caçoa da autoridade e não tem o menor respeito pelos mais velhos. Nossos filhos hoje são verdadeiros tiranos. Eles não se levantam quando uma pessoa idosa entra, respondem a seus pais e são simplesmente maus.” Sócrates (470-399 a.C.)

“Não tenho mais nenhuma esperança no futuro do nosso país se a juventude de hoje tomar o poder amanhã, porque essa juventude é insuportável, desenfreada, simplesmente horrível.” Hesíodo (720 a.C.)

“Nosso mundo atingiu seu ponto crítico. Os filhos não ouvem mais seus pais. O fim do mundo não pode estar muito longe.” Um sacerdote do ano 2000 a.C.

“Essa juventude está estragada até o fundo do coração. Os jovens são malfeitores e preguiçosos. Eles jamais serão como a juventude de antigamente. A juventude de hoje não será capaz de manter a nossa cultura.” Mensagem escrita em um vaso de argila descoberto nas ruínas da Babilônia e tem mais de 4000 anos de existência.

Às frases acima, que circulam numa mensagem de Internet como sendo utilizadas pelo médico inglês Ronald Gibson em suas palestras sobre conflito de gerações, muitas outras poderiam se unir. A idéia de que os jovens não respeitam os adultos, são insolentes e descomprometidos não é nova no senso-comum. E os trabalhos acadêmicos, de certa forma, acabam por reforçar este estereótipo, na medida em que priorizam os aspectos espetaculares e delinquentes dos fenômenos juvenis em suas pesquisas. Conforme Abramo:

“A tematização da juventude pela ótica do ‘problema social’ é histórica e já foi assinalada por muitos autores: a juventude só se torna objeto de atenção enquanto representa uma ameaça de ruptura com a continuidade social: ameaça para si própria ou para a sociedade.” (ABRAMO, 1997, p. 29).

Além da imagem de decepção e desespero diante do jovem rebelde e desafiador existe ainda aquela das expectativas: o jovem como o “futuro da nação”. É como se a juventude tivesse o ônus da mudança, ora esperada, ora odiada. As imagens sobre os jovens estão cheias das ambigüidades, medos e esperanças da sociedade adulta. Ainda segundo Abramo:

“de um modo geral, pode-se dizer que a ‘juventude’ tem estado presente, tanto na opinião pública como no pensamento acadêmico, como uma categoria propícia para simbolizar os dilemas da contemporaneidade. A juventude, vista como categoria geracional que substitui a atual, aparece como retrato projetivo da sociedade. Nesse sentido, condensa as angústias, os medos assim como as esperanças, em relação às tendências sociais percebidas no presente e aos rumos que essas tendências imprimem para a conformização social futura.” (ABRAMO, 1997, p. 29).

Levi e Schimitt (1996) seguem um caminho semelhante, ao afirmarem que

“na juventude concentra-se ainda um conjunto de imagens fortes, de modos de pensar, de representações de si própria e também da sociedade como um todo. Estas imagens constituem um dos grandes campos de batalha do simbólico. A sociedade plasma uma imagem dos jovens, atribui-lhes caracteres e papéis, trata de impor-lhes regras e valores e constata com angústia os elementos de

desagregação associados a esse período de mudança, os elementos de conflito e as resistências inseridos nos processos de integração e reprodução social.” (LEVI e SCHMITT, 1996, p. 12).

Se a própria divisão do ciclo de vida em etapas ou fases já possui um caráter ideológico, na medida em que cada uma destas fases é relacionada com papéis, lugares e *status* específicos, como veremos adiante, a maneira como a juventude é caracterizada pela mídia e pelos estudos de idade de diversas áreas, acaba reforçando seus aspectos mais ambíguos. A própria posição de Levi e Schmitt (1996) que propõem que nos interroguemos sobre as representações mais vagas dos papéis da juventude, alguns positivos (a juventude como baluarte da nação) e outros negativos (jovens como fonte de desordem e desvio) não consegue escapar desta posição. Afinal, pensar sobre as representações mais vagas de papéis positivos e negativos da juventude ainda é uma forma de reforçar essas representações positivas e negativas da juventude.

Não quero chegar a uma negação destas representações sociais ambíguas dos jovens, mas é interessante que nos interroguemos sobre o porque de ser apenas esta fase da vida definida nestes termos. Adulter e velhice também estão cheias de ambigüidades. É preciso lembrar que a juventude faz parte da sociedade, não é um grupo à parte (embora em muitos trabalhos chegamos muito perto de pensá-la nestes termos) e, portanto, traz consigo os encantos e desencantos da sociedade na qual está inserida.

Quanto aos estudos antropológicos, e principalmente sociológicos sobre a juventude, é preciso pensar como a própria escolha dos temas e contextos das pesquisas acabam dando visibilidade aos caracteres mais mordazes desta fase da vida. Os estudos estão repletos de *delinquent boys*. Muito já foi dito sobre a juventude transgressora, mas muito pouco foi pensado sobre o modelo do qual estes transgressores juvenis estão se desviando. Afinal, qual é a “juventude normal”?¹² Qual o modelo ideal de jovem desejado pela sociedade? A julgar pela forma como as ambigüidades do período juvenil são enfatizadas pelo senso comum (e divulgadas pela mídia) e pela academia (reproduzidas através das pesquisas), em certos momentos parece que

¹² Em Psicologia, alguns autores têm relacionado juventude, ou melhor, adolescência, a certos distúrbios psicológicos. Para Aberastury e Knobel (apud FRAGA, 2000, p. 59) “(...) a estabilização da personalidade não se consegue sem passar por um certo grau de *conduta patológica* que, conforme o meu critério, devemos considerar *inerente à evolução normal* desta etapa de vida” (grifos de Fraga). “Nesse sentido, seria tão ‘patológico’ encontrarmos um comportamento desajustado em pessoas adultas, como um comportamento equilibrado em adolescentes. Portanto, essa turbulência nada mais é do que uma ‘síndrome normal da adolescência’” (FRAGA, 2000, p. 59). Não tenho no momento condições para refutar todo o corpo teórico desenvolvido a partir da Psicologia Evolutiva e que aborda a adolescência nestes termos. Minha abordagem é mais herdeira de trabalhos como o de Margaret Mead – que com “Coming of age in Samoa” contraria a noção de que esta seria uma fase “natural” de turbulência e desajuste, mostrando como existem adolescências que não carregam estas características, e que, portanto, estamos tratando de assunto “cultural”, por assim dizer – do que dos estudos na área de Psicologia. A utilização do termo juventude e não adolescência, neste trabalho, foi uma escolha no sentido de privilegiar aspectos culturais (simbólicos, portanto) desta fase de vida, deixando de lado discussões mais ligadas ao desenvolvimento anato-fisiológico dos indivíduos.

o jovem ideal é exatamente aquele que rompe com certas ordens estabelecidas – voltamos ao ônus da mudança que a juventude carrega em suas costas.

Quando pensei em fazer esta pesquisa, tinha como princípio me afastar de visões espetaculares da juventude, ou visões sobre jovens espetaculares. Também não queria pensar os jovens através de suas transgressões. Escolhi uma perspectiva de gênero e um espaço de lazer e de sociabilidade.

Mas mesmo um lugar “fechado” como o shopping center possui espaço para diferentes jovens (pelo menos para diferentes “estilos” de jovens). Ao invés de optar por grupos que procuram construir sua identidade através de estilos bem definidos através de roupas, acessórios e gostos musicais, busquei por meninas que não pareciam se identificar com nenhum “grupo” em particular. Esta era uma forma de dar uma continuidade ao trabalho que realizei num shopping de Florianópolis. Naquela ocasião, os jovens falavam sobre diferentes grupos, como os pagodeiros, os *nerds*, os *skatistas*, os roqueiros. Mas todos estes “grupos” eram formados por meninos. As meninas pareciam ter uma circulação privilegiada entre as diferentes turmas, sem nunca assumir uma identidade mais fixa. A idéia de que as meninas não fazem parte dos grupos, mas os atravessam, me pareceu muito intrigante¹³. Não me propus, então, a estudar grupos juvenis, mas jovens mulheres, procurando perceber, como elas vivenciam suas juventudes. Se elas as vivenciam em grupos juvenis, tribos, estilos ou em seus círculos de amizade, seriam elas que me diriam.

Eu estava, portanto, disposta a estudar o que poderíamos chamar de “juventude normal”, com todas as ressalvas que o uso da palavra normal exige. Refiro-me aquelas jovens que, por não adotarem um enfrentamento da sociedade através de seu comportamento ou modo de se vestir, até o momento não têm tido visibilidade nas pesquisas.

Reverendo o material coletado durante o trabalho de campo, percebi que havia uma série de questões a serem pontuadas com relação a quem são estas meninas e como elas se percebem e se identificam. A seguir, trato de cada uma destas questões.

¹³ Nesta pesquisa que realizei em Florianópolis, SC, um de meus informantes possuía uma teoria interessante sobre a participação das mulheres nas relações no shopping. Para ele, os grupos que se efetivam na praça são como grupos sanguíneos: existem diferentes grupos, assim como existem diferentes tipos de sangue. Esses grupos se relacionam assim como ocorrem as doações de sangue entre diferentes grupos: A- pode ser doado para A-, A+, AB- e AB+, mas não pode ser doado para B+. Da mesma forma, os skatistas se relacionam com os pagodeiros, com os surfistas, mas não com os roqueiros. As mulheres seriam como o sangue O- - o doador universal. Enquanto “doadoras universais” as garotas se relacionam com rapazes de diferentes turmas ou grupos, transitando entre diferentes territórios.

Seguindo um “projeto”, compartilhando um *habitus*: meninas bem-comportadas e seu discurso

Um aspecto central para compreender as práticas das meninas é o fato delas serem seguidoras de um “projeto” que lhes foi desenhado pelos pais e que lhes deixa poucas opções de “desvio”. Quando falo de projeto penso num conjunto de expectativas e planos esboçados pela família para estas jovens - no sentido aplicado por Bourdieu (1997) - que incluem levar os estudos até o nível superior, aprender idiomas, ter uma boa colocação no mercado de trabalho e uma relação conjugal estável a partir de determinada idade. São planos nem sempre expressados de forma verbal pelos pais, mas que fazem parte da trajetória “normal” de qualquer uma destas meninas – um *habitus* (BOURDIEU, 1989,1983) – compartilhado e visto como o mais certo e, conseqüentemente o único possível. Desviar deste “projeto” não seria uma alternativa válida, e provavelmente seria um caminho para o “fracasso”. Segundo Bourdieu, “aqueles que chamamos comumente ‘fracassados’ são fundamentalmente os que falharam no objetivo que lhes estava socialmente destinado pelo ‘projeto’ inscrito na trajetória parental e no futuro que ela implicava.” (BOURDIEU, 1997, p. 10).

Um exemplo da forma como esse “projeto” parental é passado para as meninas está na “obrigação” de prestar o vestibular imediatamente após o término no ensino médio, mesmo que a menina ainda não esteja certa da profissão que deseja seguir. Nas conversas mais informais que tive com as meninas, um dos temas mais correntes era o vestibular, sendo que muitas delas me faziam perguntas sobre a universidade e sobre cursos de nível superior. Nestas conversas era possível observar uma ansiedade enorme por parte daquelas que ainda não haviam se decidido sobre o curso que queriam fazer ou não tinham muita confiança de que iriam passar no vestibular.

A cobrança com relação a prestar o vestibular às vezes é bastante explícita, como no caso da menina para quem eu perguntei se não achava melhor esperar um ano pra fazer as provas, aproveitando este tempo para estudar idiomas e fazer outros cursos, até se decidir sobre sua carreira. Ela então respondeu: “*vai dizer isso pra minha mãe!*”. Outras vezes a cobrança aparece de forma mais implícita: meu pai e minha mãe cursaram a faculdade, meus irmãos mais velhos também o fizeram logo que saíram do terceiro ano... eu não posso decepcioná-los não seguindo o mesmo modelo (seria um fracasso).

Enquanto “princípio unificador e gerador de todas as práticas” (BOURDIEU, 1983, p. 83), o *habitus* está por trás destes “projetos” (e poderíamos acrescentar aqui a ética do bom-comportamento que acompanha as práticas destas meninas, como veremos a seguir).

Segundo Bourdieu, *habitus* é “um sistema de disposições duráveis e transponíveis que exprime, sob a forma de preferências sistemáticas, as necessidades objetivas das quais ele é o produto” (BOURDIEU, 1983, p. 82). É um mesmo *habitus*, compartilhado por todas as meninas que participaram desta pesquisa, que faz com que suas práticas coincidam em muitos aspectos.

* * *

Nas entrevistas da segunda parte do trabalho de campo, procurei pela forma como as meninas se identificavam entre seus iguais. As respostas para a pergunta *O que vocês têm em comum com suas amigas e amigos?* trazem elementos muito variados:

Cristina (15 anos): Assim, o modo de se vestir, no caso, né. Que a gente tem um grupo grande que se veste assim, tipo assim, tudo igual, assim.

Cristiane (13): acho que a gente gosta sempre as mesmas coisas. Quase todo mundo. Mesmo tipo de música, comer as mesmas coisas.

Ayesha (13): jogar, que tem umas amigas que a gente gosta muito de basquete, elas também gostam de basquete.

Elaine: e que tipo de música é esse?

Cristiane: dance, rock,

Ayesha: dance, eletrônica, techno,

Cristiane: techno.

Ayesha: eu também, eu curto muito MPB.

Cristiane: eu curto, eu escuto tudo, agora o que eu gosto mesmo é rock, dance, techno.

Ayesha: eu gosto dum rock levezinho, agora rock pesado eu não curto não.

Cristiane: eu gosto.

Ayesha: ela gosta, eu não.

Angélica (15): puxa, acho que essa vontade de sair pro mesmo lugar, de gostar praticamente das mesmas coisas...

Raquel (16): a gente é tão diferente!

Angélica: não... é, a gente gosta sempre das mesmas coisas, e tal, aí a gente sempre se encontra nos mesmos lugares. Eu acho que é isso que faz a gente mais próximo.

Amanda (14): acho que a maneira de pensar. [...] A gente gosta de, essas coisas, entendeu...

Pollyana (14): o pessoal que a gente...

Amanda: ... o que a gente gosta de fazer, mesmo jeito de se vestir.

Pollyana: o estilo de se vestir é tudo igual. Se eu vou com uma roupa pra rave a minha amiga vai com ela pro show.

Elis (16): assim, a idade é bem diversa, né. E eu saio com muita gente que tem assim, eu tenho 16, tenho amigas de 13, tenho amigos de 20, amigas de 18, assim, muito diverso, nesse estilo, assim. Agora grande amiga, eu tenho amiga roqueira, tenho amiga patricinha, assim, bem diverso.

Ana Luíza (19): eu acho que cada pessoa você se dá bem uma coisa.

Karine (15): uns se é a idade, outros se é porque você conhece há muito tempo,

Ana Luíza: pelo jeito, pela conversa,

Elis: eu vou mais pela mentalidade que pela aparência.

Andressa (13): é os locais. Os locais que a gente sai, o tipo de música que gosta...

Amanda (14): a gente vai pro mesmo local, o tipo de música que todo mundo gosta é o mesmo tipo de música. Aí a gente sempre vem aqui, porque os filmes que tão passando, todo mundo gosta daquele filme. Um exemplo foi Matrix, daí todo mundo ficou naquele grupo enorme...

“Gostar das mesmas coisas” e “freqüentar os mesmos lugares” são os aspectos mais citados. Mas a maneira como elas se identificam através destes signos é muito sutil. As mesmas meninas que dizem que o grupo de amigos gosta das mesmas músicas, tem suas diferenças quanto a seus gostos musicais.

Todas as meninas percebem diferentes estilos de jovens nos lugares que freqüentam, e são elas que falam em termos de *estilos* quando interrogadas sobre as diferenças entre os jovens. O shopping center, em especial, é apontado como o lugar onde todos esses estilos se encontram: roqueiros, metaleiros, góticos, skatistas, surfistinhas, patricinhas, cocotinhas, “peruas”¹⁴, etc.

É extremamente difícil saber os limites entre estes diferentes estilos. Vejamos um exemplo mais concreto a partir do que aconteceu em um dia de entrevistas no shopping. Primeiro, eu entrevistei estas duas meninas, que, a respeito das diferentes pessoas que elas percebem no shopping center, disseram:

Pollyana (14): dia de domingo dá muito aquele povinho punk, assim, que fuma e não sei o que, e bebe. Aí fica todo aí, nessa parte de baixo. Já tiraram várias vezes, gente aqui da praça. Segurança e tudo.

Elaine: mas eles tavam fazendo o que?

Pollyana: ficam trazendo bebida, aí bota, em cima da mesa e ficam tudo bebendo, aí é proibido, aí já tiraram várias vezes.

Amanda (14): domingo também fica menino de rua, aí fica distribuindo folhinha...

Elaine: E tem algum tipo de pessoa ou algumas pessoas que vocês não se relacionam muito, ou que vocês não se dão bem, ou que vocês se afastam, assim?

Amanda: Esses maloqueiros.

Pollyana: Esse povo só assim que fuma, não sei o que, que... Assim, a gente não tem nada contra, porque praticamente hoje em dia muita gente fuma, não sei o que, mas esse povinho mais assim, mesmo, mais assim, que não se dão bem. Eta, patricinha, não sei o que, essas menina metida. Aí já, não, cada um tem seu estilo...

Amanda: eles têm mais coisas contra a gente do que a gente contra eles.

Pollyana: praticamente a gente não tem nada contra eles, só que eles ficam eta, essas patricinha, metida, não sei que, riquinha, dondoquinha, não sei que, aí eles mesmo criam o maior preconceito entre a gente.

Elaine: [...] mas assim, eles fazem coisas diferentes mesmo de vocês ou é só na maneira de se colocar, assim?

Pollyana: fazem. Eu acho que depende, tem uns que fazem, tem uns que não.

Amanda: é. Eles ficam mais na Game Station, também.

Pollyana: é, ficam jogando lá.

Elaine: na turma de amigos de vocês, não tem pessoas que também fumam, ou que gostam de beber, de vez em quando.

¹⁴ Embora muitos dos termos usados para designar grupos ou estilos sejam neologismos ou nomes adotados do inglês, vou dispensar o uso de fontes em itálico; as aspas estão reservadas apenas para termos como “galinha” ou “perua”, por seu evidente duplo sentido.

Amanda: tem.

Elaine: mas aí o que que tem, assim, de diferente, eu queria entender, porque não é será só o jeito de se vestir, ou vocês acham que tem mais diferença?

Amanda: a cabeça, assim, mais. Tem uma amiga da gente, que ela fuma, tal, às vezes, ela bebe, mas ela é muito gente boa.

Pollyana: é. A gente convive com ela normalmente. É do grupo da gente de trabalho. Eu acho que ela é uma pessoa cabeça. Cada um faz o que quer, e se envolve como quer. Ela faz o que ela quer, se ela gosta ela faça, agora ela faça só.

Em toda a entrevista, parecia haver dois grupos, ou dois tipos de grupos percebidos pelas meninas: o dos maloqueiros (ou góticos, ou punks, ou roqueiros, ou metaleiros) e o das patricinhas (ou cocotinhas). As duas seriam patricinhas (mais adiante trato mais detalhadamente sobre a patricinha). Logo, seu discurso articulava categorias no sentido de se afastar desses maloqueiros.

No trecho acima, uma das meninas inicia seu argumento associando os maloqueiros a um dia da semana – o domingo – que já havia sido apontado por elas como um dia não muito bom de ir ao shopping, porque tem muita “mundiça”. O argumento inclui a descredibilização do “outro”, quando as meninas contam que eles já foram retirados da praça por estarem fazendo algo “proibido”. Quando uma das meninas fala dos meninos que distribuem folhinhas, o “outro” assume uma classe. Não é necessariamente o mesmo outro maloqueiro, mas é também classificado nessa mesma categoria, a dos “diferentes de nós”.

Então as meninas dizem que se afastam desses maloqueiros. Não porque elas tenham algo contra eles, mas porque eles próprios marcam as diferenças com relação a elas, no momento em que mantêm um discurso crítico com relação a quem elas são.

Eu passo então a tentar descobrir se as diferenças entre as patricinhas e os maloqueiros estão mais no plano do discurso ou se existem realmente comportamentos diferentes entre eles. As meninas dizem que sim, há diferenças “na cabeça”. Contam de uma amiga que bebe e fuma, mas “é muito gente boa”, uma “pessoa cabeça”. A diferença, que no início deste trecho da entrevista estava no plano das ações – os outros fazendo coisas que não deviam fazer – agora passa a estar localizada na mentalidade de cada grupo, já que elas têm uma amiga que também bebe e fuma, mas que é “cabeça”. A partir do momento que a menina é considerada uma amiga, ela é autorizada a fazer coisas que elas apontam como inadequadas nos “outros”, mas não sem ser estabelecida também uma distância com relação a esta amiga. Afinal, ela pode fazer o que quiser, desde que “faça só”.

O discurso do bom-comportamento, portanto, serve tanto para estabelecer uma identidade de grupo, criando uma fronteira em relação a outros grupos, como para confirmar os comportamentos mais adequados em seu próprio grupo. Segundo Fraga (2000), “atribuir aos

outros credenciais negativas (demonizar), também funciona como um movimento de confirmação, para si mesmo, da validade das atitudes bom-comportadas e da certeza de que o caminho seguido é o mais correto” (p. 112).

Ao final desta entrevista, eu me despedi das meninas e disse que ia procurar “novas vítimas para entrevistar”. Uma delas apontou uma mesa com três meninas, duas delas vestindo roupas pretas: “ali tem umas meninas”, no que a outra jovem interrompeu: “ah, não, aquelas ali é melhor não”. Por fim, me “autorizaram” a falar com as meninas de preto, já que era uma pesquisa e eu precisava conhecer “todo tipo de gente”.

Quando me aproximei da mesa destas outras meninas, uma delas – a mais velha das três – havia saído para comprar um lanche. As outras duas estavam vestindo roupas pretas e com maquiagem escura nos olhos. Logo a menina mais velha se juntou a nós. No meio da entrevista, depois delas me falarem sobre diferentes estilos que encontram na praça de alimentação, perguntei a elas qual era o seu estilo:

Karine (15): eu sou o que der na cabeça.

Elis (16): eu sou assim, eu me visto feito uma patricinha, assim, mais ou menos, eu gosto de me arrumar. Mas eu não gosto assim da mentalidade de patricinha, eu acho frescurenta, assim. Essas cocotinhas tem muitas frescuras. Não gosto dessas frescuras, desses queijos, assim.

Karine: já eu assim, eu saio completamente surrada, tênis, uma calça. [...] tipo, eu não vou pro colégio do mesmo jeito que eu vou pra uma festa de 15 anos, quando eu vou pro shopping, quando eu vou pra uma boate. Muda muito.

Ana Luíza (19): e eu gosto de me ajeitar...

Karine: patricinha!

Ana Luíza: quando eu sair eu gosto de me ajeitar, gosto de me sentir bem, assim, que as pessoas olhem e digam: não é um trapo, entendeu? Mas pra faculdade, tênis, blusa confortável, não tenho frescura não.

Elaine: quando eu tava vindo ali, assim, daí eu vi assim duas meninas usando roupa preta... será que elas fazem parte daqueles grupinhos? Que sempre tem umas pessoas que vestem roupa preta...

Karine: ah, os góticos...

Elaine: então vocês não são da turma?

Elis: a gente usa muito preto.

Karine: a gente compra demais, assim, já é da minha pessoa.

Elis: eu também, eu adoro preto.

Karine: até porque quando eu era bem menor, assim, eu era desses grupinhos, assim [...] Agora esse grupo que tais falando são os góticos, que se acham os poderosos da patricinha, horrível.

Elaine [...] até queria que vocês falassem, tipo as patricinhas, não sei o que... vocês acham que é diferença mais no jeito de vestir ou é porque é diferença na cabeça?

Karine: tem diferença na cabeça. A patricinha pensa o que?

Elis: em nada...

Karine: Só em roupa,

Ana Luíza: em marca de roupa,

Karine: em meter o pau nos outros,

Ana Luíza: em meter o pau nos outros e falar de homem, só isso.

Karine: só isso.

Ana Luíza: não tem nada na cabeça.

[...] Elis: não fala coisa interessante, só fala coisa inútil.

Ana Luíza: só vive no mundo da Barbie mesmo.

Karine: já os góticos gostam de que? Tem muitos que são wiccas, até bruxaria, essas coisas, magia branca, magia preta, ficam falando essas coisas [...].

Elis: tem uns que gostam de se sentir [...] acho que até assim já pra aparecer. Aí botam aquele monte de piercing, só pra aparecer, pra chamar a atenção. Eu acho que é até uma carência, isso.

Ana Luíza: é carência, isso é carência.

Mesmo a menina que diz não ter um estilo definido, que sai “completamente surrada”, deixa claro que diferentes espaços pedem diferentes modos de se arrumar. As outras duas meninas são mais diretas ao afirmarem que gostam de se arrumar, se vestindo “feito uma patricinha”, para que as pessoas olhem e digam “não é um trapo”. Quando afirmam que se arrumam “feito patricinha”, mas que não tem a “mentalidade de patricinha”, elas articulam o mesmo discurso de todas as outras meninas – afinal, todas as meninas pensam e se preocupam com outras coisas além de roupas de marca, “baladas” e meninos. As três meninas, portanto, marcam uma distância entre elas e as patricinhas cheias de “frescuras”.

Da mesma forma, elas se distanciam dos góticos, embora se vistam com roupas pretas como eles. A distância é marcada com um discurso que desqualifica esse “outro”, que age como age por “carência”, “só pra chamar a atenção”.

De acordo com estas duas entrevistas, é possível perceber a forma como as meninas definem-se a partir de distanciamentos com outros grupos ou estilos. No fundo, seus discursos são muito parecidos, na medida em que marcam diferenças desqualificando “o outro”, que é o culpado pela distância com relação a elas – seja porque são os maloqueiros que têm coisas contra as patricinhas, seja porque são as meninas com cabeça de patricinha que são muito cheio de frescuras. “É necessário conter o ‘outro’ a quem se pretende distinguir de certa forma atravessado em si mesmo, saber apontar seus desvios em função de uma norma a que se está sujeitado.” (FRAGA, 2000, p. 88).

A desqualificação do “outro” passa principalmente por duas categorias: ser mais bem-comportada e ser mais madura. De acordo com Fraga,

“a relação prioritária que se estabelece para a moça-direita é a do recato, da reserva e da decência, principalmente nas questões relativas à sexualidade. A moça-direita destaca-se justamente por não chamar a atenção; nada de extravagâncias no andar, no vestir, no modo de se pintar, de olhar e se comportar.” (FRAGA, 2000, p. 91).

Algumas falas sobre jovens dos quais as meninas se afastam ou não gostam:

Daniela: [...] E tem aquelas que a gente chama de... galinha, né. A gente fala nome pior, mas... Galinha, porque é aquela menina que você já vê que se veste de uma maneira diferente. Tem uma ali por sinal. Sainha bem curtinha...

Pollyana: sainha bem curtinha, um topezinho...

Elaine: é aquela que tá de branco ali?

Daniela: ela tá com uma sainha bem curtinha, um salto enorme. Sabe, você vê que ela...

Pollyana: uma coisa meio perua também assim, de chamar a atenção.

Raquel (16): eu acho que é só com o pessoal mais infantil, assim, mais criancinha, eu não tenho muita paciência, assim. Que tem tanta gente da idade da gente tão... devagar.

Angélica (15): também, mas eu não gosto muito de, sabe aquelas pessoas que são muito metaleiras, e que põem defeito em tudo, que ah, não, que ela é cocotinha, não sei que, sabe? Eu não gosto desse tipo de pessoa. [...] Eu não gosto, me sinto incomodada de tá perto, entendeu? É tipo esse pessoal criança também...

Raquel: comigo é só esse pessoal criança mesmo, que eu não tenho paciência de tá explicando. Só. Mas esse pessoal heavy metal, clubber, skatista, essas coisas... só quando é muito drogado, paz e amor, que a gente mantém a distância.

Angélica: aí, dá licença amigo...

Também quando explicam porque são mais amigas de algumas pessoas do que de outras, as meninas costumam articular categorias de bom-comportamento:

Ane Marie (15): eu acho assim, eu tenho vários tipos de amigos. Mas os que eu convivo são os mais quietos. Os que eu vejo assim que, sei lá, que vão me trazer alguma coisa, e não que, como posso falar...

Ana Cristina (16): ... levar pro mau caminho.

Ane Marie: é.

Ana Cristina: mas eu acho assim que a gente tá sempre convivendo, eu mesmo tenho amigos, há muito tempo, não é amigo não, mas colega assim, que eu considero muito, que são assim maloqueiro, que são, que usam droga, sei lá se usam, mas eu gosto muito deles, e assim, eu falo, dentro do colégio, tal, mas não passa disso, entendeu. A gente tem que aprender a conviver com diferentes tipos de pessoas.

Ane Marie: são assim, convivo, mas que vocês andam... já é outro tipo.

Elaine: E tem diferença, por exemplo, das outras meninas do prédio, digamos, e entre vocês duas, assim, que entre vocês duas vocês conversam mais coisas...

Pollyana (14): bem mais coisas...

Daniela (15): Porque as outras são bem diferentes da gente. A gente tem uma mesmo que é completamente diferente da gente. Que é assim, ela é daquele tipo que, não sei explicar, a mãe é bem liberal, aí sai, fica com um bocado de menino na mesma festa. É mais assim, podemos falar mais solta, liberal, assim.

Pollyana: a gente fala entre a gente sobre ela, mas a gente gosta dela.

Daniela: é, a gente gosta dela, agora não é a mesma coisa, né.

É importante ressaltar que o discurso do bom-comportamento é, antes de qualquer coisa, um discurso. Ele pode estar, e geralmente o está, associado a comportamentos considerados como socialmente adequados, mas algumas vezes os comportamentos podem se afastar um pouco dessa “ética ideal”. O mais adequado talvez seja pensar como Durkheim, que, ao estudar a forma como o pensamento religioso separa o sagrado (puro) do profano (impuro), conclui que não se trata de dois gêneros separados, mas de duas variedades de mesmo gênero, com possibilidade de transmutação (SEGALEN, 2002).

Segundo Fraga,

“o sujeito do bom-mocismo sabe o que não pode ser e sabe muito bem como se conduzir. Onde quer que vá, sua verdade será sempre pronunciada, pois não é algo que vem de fora, já faz parte dele - constitui seu modo de existência. no entanto, é provável que ele seja capaz de fissurar essa identidade ou deslizar através dela e deixar que outras identidades momentaneamente prevaleçam.

Mas o que importa destacar é que esse aprisionamento discursivo que se dobra no corpo do sujeito adolescente o conforma e o reconhece dentro de uma complexa rede de poder como aquele que sabe se cuidar e que, portanto, pode usufruir de todas as prerrogativas de alguém moralmente bom. O desdobramento de suas ações se dá na perspectiva de ser identificado como alguém ‘gente boa’, que marca um lugar distinto dentro de uma mesma faixa etária, distribuindo os diferentes sentimentos e identidades em regiões discursivas específicas.” (FRAGA, 2000, pp. 88-89).

Pode-se dizer que havia um discurso que acompanhava toda a trajetória da pesquisa e que parecia ser central para pensar a respeito destas meninas. Era o que chamei de “discurso do bom-comportamento”, que apareceu em diversos contextos:

- nas conversas informais, na forma de comentários taxativos quanto ao comportamento ou modo de se vestir inadequado de algumas meninas;
- nas histórias que contavam espontaneamente sobre meninas que haviam se portado de forma inadequada;
- nas entrevistas, quando explicavam porque eram mais amigas de determinadas meninas do que de outras;
- nas classificações delas dos grupos e estilos juvenis, marcando a distância delas e de outras meninas.

Assim, tratava-se de meninas que gostavam de sair e de se divertir, mas que evitavam certos comportamentos como fumar, beber, usar drogas e ficar com muitos meninos. Conseqüentemente, seu círculo de amizade era formado por jovens de “bons comportamentos”.

Implicações teórico-metodológicas

Gostaria de neste momento estabelecer uma possível relação entre o discurso do bom-comportamento e uma série de questões metodológicas, que, como descrevi, marcaram todo o trabalho de campo, como a distância que as meninas impunham a mim. Talvez a presença de uma pesquisadora em seus espaços de lazer, como boates e festas, fosse percebida por elas como uma presença “questionadora”. Afinal, as falas destas meninas bem-comportadas não estão necessariamente acompanhadas da prática exclusiva do bom-comportamento – muitas delas admitiam que têm amigos que fumam e bebem, ou que elas próprias já burlaram os sistemas de segurança de boates para entrar nas festas para maiores de 18 anos. Parece que o discurso do bom-comportamento tem um papel mais central na construção das identidades das meninas que o próprio bom-comportamento, pois é através do discurso que elas classificam os outros jovens,

diferentes delas; classificam os amigos em “conhecidos”, “amigos” ou “melhores amigos”; identificam as patricinhas, os maloqueiros, as/os “galinhas”, etc.

Não quero afirmar que estava trabalhando com meninas que têm um discurso completamente diferente de suas práticas. Pelo contrário, ser bem-comportada parece ser tão importante para essas meninas que suas práticas vão até o ponto onde esse bom-comportamento não seja questionado. Ser tachada de “galinha”, ou parecer vulgar, por exemplo, parece ser o que define o limite de até onde elas “podem ir” nos encontros com os meninos.

Se por um lado o discurso do bom-comportamento pode estar relacionado com as dificuldades metodológicas que enfrentei, uma vez que implica num distanciamento forçado de certas práticas delas, o fato delas serem meninas que seguem seu “projeto” adequadamente, que não se rebelam contra sua condição juvenil, que não adotam estilos espetaculares, por outro lado, pode ter suas implicações teóricas: de que forma tratamos analiticamente da juventude quando esta se apresenta através de comportamentos/discursos de comportamentos que correspondem aos esperados pelos adultos? Afinal, estas jovens nos trazem um lado da juventude que até o momento pouco tem sido pensado – a juventude “normal”, não transgressora.

Como uma possível saída para interpretar as práticas juvenis não transgressoras ou espetaculares, proponho neste trabalho alguns eixos teóricos que serão mais bem trabalhados nas próximas seções:

- uma possível relação entre juventude e *gênero*, vendo esta última como uma categoria analítica útil para tratar da juventude, por estar intimamente relacionada com a construção de identidades dos sujeitos;
- a abordagem das práticas juvenis através do seu *cotidiano*, ou pelo menos através daqueles aspectos do cotidiano que, para os jovens, parecem ser os mais centrais para a definição de suas posições sociais. Aqui o cotidiano do *lazer* parece ser fundamental para a condição de ser jovem;
- a abordagem das *jovens como sujeitos* com identidades, escolhas, dilemas, enfim, como produtoras de cultura, o que implica em abordar suas práticas a partir de suas perspectivas e não através de um olhar adultocêntrico;
- por fim, a análise dos agrupamentos juvenis não através de conceitos como o de cultura juvenil ou subculturas, mas através da noção de *microculturas*.

Patricinhas

Durante a primeira parte do trabalho de campo, em todas as conversas que participei, nos encontros que acompanhei e nas entrevistas que fiz, em nenhum momento as meninas falaram sobre patricinhas. Não parecia ser uma categoria relevante para compreender suas práticas. Mas nas entrevistas da segunda parte do trabalho, fiz perguntas bem abrangentes e, de um certo modo, vagas, sobre as diferenças que elas percebiam entre as pessoas que freqüentavam os mesmos lugares que elas. As respostas giravam em torno de diferentes “estilos”, sendo que as patricinhas foram sempre citadas.

Em sua pesquisa sobre as patricinhas da Zona Sul do Rio de Janeiro, Pereira (2003) reconstituiu o surgimento do termo. Segundo a autora, a jovem Patrícia Leal foi capa da primeira edição da Revista *Veja Rio*, de 1991, em uma matéria que falava de uma “boa moça” (de acordo com a própria Patrícia, numa conversa por telefone com a autora). Segundo Pereira:

“Analisando [a] descrição da *Veja Rio* com relação à personalidade de Patrícia Leal – ‘bonita’, ‘divertida’, ‘elegantíssima’, ‘gosta de dinheiro’, ‘cultua o corpo’, ‘não cheira cocaína’, ‘alinhada’, ‘não precisa trabalhar’, ‘pega no batente pelo menos oito horas por dia’, podemos fazer uma leitura do que a entrevistada entende por ‘boa moça’: trabalhar mesmo tendo muito dinheiro, ter bom humor, cultivar hábitos saudáveis e valorizar a boa aparência.” (PEREIRA, 2003, p. 63).

Naquela época já existia o termo “mauricinho” para se referir aos bons-moços. O colunista Zózimo Barrozo do Amaral, do *Jornal do Brasil*, escreveu então uma matéria onde dizia que depois do mauricinho, a Revista *Veja Rio* havia criado a “patricinha” (PEREIRA, 2003).

Ainda segundo a autora:

“[...] podemos entender assim o sentido original da gíria jovens comportadas, no sentido de que não subvertem a moral da sociedade e que valorizam o dinheiro e a aparência. Desde então, a categoria ‘patricinha’ passou a ser utilizada para identificar as ‘boas moças’ muito preocupadas com a aparência. Aos poucos, esse estilo de vida ganhou críticos opositores – como confirmam os resultados da pesquisa e os endereços da Internet – que passaram a atribuir ao termo, mais uma característica entre outras: a futilidade.” (PEREIRA, 2003, p. 63).

Pereira fala em termos de sistema de acusação para tratar do modo como as anti-patricinhas definem as patricinhas. Enquanto o “estilo de vida” de meninas bem-comportadas de camadas médias e altas da sociedade, o “ser patricinha” foi recebendo aos poucos outros adjetivos, e sendo execrado por aqueles que não concordavam com este estilo. A mídia, segundo Pereira (2003), contribuiu para a construção de um estereótipo, de uma categoria, na medida em que cola ao termo características que são próprias de todos os jovens, e não somente de patricinhas – como a preocupação exagerada com a própria imagem, a facilidade de se zangar com as pessoas dentro de casa, o sentir-se feia e o hábito de ficar reclusa em seu quarto. “Ser

patricinha”, dessa forma, recebe uma outra tonalidade, a de “sistema de acusação”. Segundo a autora:

“de acordo com as próprias definições das pesquisadas, ‘patricinhas’ são aquelas adolescentes que se preocupam muito com a aparência. Para sustentá-la, estão dispostas a gastar dinheiro com roupas caras e tratamentos de beleza. Portanto, é um estilo de vida que requer uma condição financeira que permita despesas com itens que, segundo as ‘anti-patricinhas’, são fúteis. Essa condição, no entanto, passa a representar para as opositoras das ‘patricinhas’, um ‘desvio’, já que corresponde à situação de uma minoria das adolescentes.” (PEREIRA, 2003, p. 66).

Mas é interessante perceber como “patricinha” pode ser uma forma de acusação mesmo entre as próprias meninas que se definem enquanto tal. Nas entrevistas que fiz, era como se “ser patricinha” fosse uma moeda com duas faces: por um lado, existia o “estilo patricinha”, alegre e divertido, de meninas que gostam de se arrumar bem; por outro lado, existia a “cabeça de patricinha”, que só se preocupa com a aparência, só fala de futilidades. Em geral, as meninas se dizem patricinha “pelo modo se vestir”, mas não pela “cabeça”:

Sofia (16): é, tem esse jeito da pessoa ser patricinha, se vestir, não sei o que, e tem a cabeça. Mas eu acho que a gente é assim mais de se vestir. Eu não tenho cabeça de patricinha não. Assim futilidade, não sei o que, esse negócio de querer comprar roupa de marca, não sei o que, não, eu não sou assim. Agora eu acho que eu me visto no estilo pati, mas cabeça eu acho não.

Elaine: mas vocês se enquadram também como patricinhas, vocês acham que vocês também são patricinhas?

Angélica (15): eu sou. (risos)

Raquel (16): é lindo, esse rótulo, né, mas...

Raquel: não, eu acho que a grande maioria é assim, só se preocupa com esse negócio de festa, de dinheiro de comprar coisinhas, de paquerinha, não sei o que. Tem esse lado, também, mas vai muito da cabeça.

Angélica: eu acho que todo mundo tem esse lado, de futilidades, entendeu. Mas algumas têm aquele lado mais forte que outro, entendeu?

Raquel: patricinha é um estilo de vida, não é futilidade. Não é? Porque eu sou patricinha, mas eu trabalho, eu faço curso de idiomas, e não é fútil assim. Eu tenho vários outros projetos de vida, assim, coisas muito mais além do que ir no shopping e pra festa, entendeu?

Elaine: daí vocês se enquadrariam em qual, desses daí?

Ane Marie (15): eu acho que ela é das patricinhas e eu sou dos normais (risos).

Ana Cristina (16): não, assim, eu não tenho cabeça de patricinha, que eu acho, eu não fico pensando em roupa, ah, não sei o que, e aí, frescurinha, eu não tenho frescura. Mas eu assim, gosto de me vestir bem.

[...]

Ane Marie: tem gente que admite que deve ser patricinha sim, você vê que é patricinha.

Elaine: mas ela fala que é patricinha?

Ane Marie: ela fala que é. Mas assim, ela fala de se vestir, mas nunca de pensar.

Ana Cristina: é isso que eu acho, que tem umas, eu tenho umas amigas que são muito patricinhas, só pensam nisso, entendeu?

Elaine: como é que é, como é que é a cabeça de uma patricinha, então?

Ana Cristina: eu acho que só pensa em roupa, só compra coisa de marca, só pensa em moda, não sei o que, tem frescura, aí, não sei o que.

[...]

Elaine: e o que será que faz uma menina virar patricinha, assim, então, desse jeito, com a cabeça desse jeito, assim?

Ane Marie: eu acho que não tem nada pra fazer, aí... (risos). Não tem nada pra fazer aí faz isso.

Ana Cristina: e também a televisão. Influencia muito. Tudo na televisão é gente bonita, não sei que, e geralmente tem dinheiro, né. Aí o dinheiro enlouquece a cabeça dela, e fica assim. Eu acho.

A “cabeça de patricinha” estava sempre na outra, na que é ainda “mais patricinha” do que eu. Todas têm sempre uma amiga que é mais patricinha, que “que pra ir ali numa esquina bota uma saia, um salto desse tamanho” (Carol, 14 anos). São, portanto, essas gradações no quanto uma jovem pode ser “patricinha” que fundamentam o uso do termo como sistema de acusação.

Microculturas juvenis femininas

Influenciado pelo trabalho de Margaret Mead em Samoa, que colocou a necessidade de definir a juventude como uma categoria cultural própria das sociedades ocidentais, Ralph Linton foi um dos primeiros a assinalar que os jovens estavam criando seus próprios padrões culturais, diferentes daqueles dos adultos. Linton observou os jovens norte-americanos do período do pós-guerra, que viviam cada vez mais em um mundo “separado”, com regras e valores próprios (FEIXA, 1998, p. 40).

A partir daí, muito já foi escrito sobre as manifestações e comportamentos juvenis. Enquanto na Antropologia vimos hoje o crescimento de trabalhos voltados para a juventude, uma Sociologia da Juventude parece estar muito mais consolidada.

Este aparente “desapego” por parte dos antropólogos para com os fenômenos da juventude não impediu que uma das noções mais caras à disciplina – talvez sua pedra fundamental – a noção de cultura, fosse amplamente utilizada como recurso teórico-metodológico por pesquisadores de outras áreas¹⁵. Foram especialmente sociólogos e profissionais de estudos culturais que desenvolveram noções como cultura juvenil, cultura *teenage*, contracultura e subcultura.

Talcott Parsons foi quem legitimou cientificamente o uso da noção de “cultura juvenil”. Para o autor, “el desarrollo de grupos de edad era la expresión de una nueva conciencia

¹⁵ Hoje o uso da noção de cultura por pesquisadores das mais diversas áreas é muito difundido. Podemos dizer que se a Antropologia concentrou algum dia o monopólio do uso da noção, hoje não se trata mais da realidade. Muitos profissionais estão habilitados a falar de cultura além dos antropólogos.

generacional, que cristalizava em uma cultura autônoma e interclartista centrada em el consumo hedonista” (FEIXA, 1998, p. 41).

Segundo Parsons,

“Al entrar en la adolescencia comienza por primera vez a desarrollarse un conjunto de pautas y fenómenos de conducta que implican una combinación sumamente compleja de elementos pertenecientes a la gradación por edades y a los fenómenos de la ‘cultura juvenil’. Algunos de sus elementos se encuentran presentes en la preadolescencia y otros en la cultura adulta. Pero la combinación peculiar que se da en relación con este nivel de edad particular es única y muy característica de la sociedad norteamericana.” (PARSONS, 1967, p. 81).

Para o autor, o melhor ponto de referência para caracterizar a cultura juvenil está no contraste com a pauta dominante do papel masculino adulto. Em contraste com a responsabilidade deste papel, a cultura juvenil se orienta mais ou menos especificamente pela irresponsabilidade (PARSONS, 1967).

Quanto à noção de cultura, esta entra na obra de Parsons como um termo amplo que abarcava os domínios das idéias e dos valores: “Tratava-se de um discurso simbólico coletivo sobre o conhecimento, crenças e valores. Não era sinônimo de arte de elite, como os humanistas acreditavam, pois todo membro de uma sociedade tinha uma parte nessa cultura” (KUPER, 2002, p. 38).

A perspectiva de Parsons hoje se mostra um pouco ultrapassada. Em primeiro lugar, hoje não podemos mais dizer que os jovens possuam uma cultura própria, diferente da dos adultos, pois a cultura dos jovens se tornou algo vendável, objeto de desejo de adultos e idosos que lutam por permanecerem jovens. Em segundo lugar, os esforços teóricos dos estudiosos de juventude se voltam atualmente mais para a desconstrução de uma noção de juventude adultocêntrica, relacionada com irresponsabilidades, do que para o uso do papel masculino adulto como referência. Além disso, qual o espaço para pensarmos as práticas culturais de jovens mulheres quando o referencial que define o que é cultura juvenil possui um viés sexista?

Outra aplicação da noção de cultura nos estudos de juventude se deu a partir dos anos 60, quando se começou a falar em contracultura. Para Marialice Foracchi, contracultura “corresponde a uma representação intelectual incipiente, sem estrutura definida, sem ideologia clara, a não ser a contida na afirmação de uma antiideologia, mas que, enquanto perspectiva, é pura criatividade” (FORACCHI, 1972, p. 13). Segundo a autora, a concepção de contracultura é essencialmente política, já que os efeitos sociais da criatividade e da busca de novas formas de expressão refletem sobre o sistema com modos de contestação.

Atualmente, a noção de contracultura se mostra cristalizada demais em uma época para ter alguma validade enquanto ferramenta analítica. O movimento estudantil, que foi o berço da contracultura, nos dias atuais perdeu consideravelmente sua força. O engajamento político não

tem mais uma geração: os jovens são tão anti-ideologistas, revolucionários, contestadores ou “alienados” quanto os adultos.

Na Grã-Bretanha do pós-guerra, Richard Hoggart cria o *Center for the Contemporary Cultural Studies* (CCCS), e muitos autores deste grupo se voltam para os estudos de juventude. Uma importante noção para os trabalhos da Escola de Birmingham, como ficou conhecido o grupo, é o de estilo juvenil, entendido como intenções simbólicas elaboradas pelos jovens de classes subalternas para abordar as contradições não resolvidas na cultura parental, assim como formas de “resistência ritual” aos grupos no poder (FEIXA, 1998). Mas para os autores, a “forma fenomenal” da juventude é apenas um ponto de partida para a análise. Eles lembram a idéia de Gramsci de que ao se estudar a estrutura é necessário distinguir os movimentos orgânicos (que são relativamente permanentes) de movimentos chamados conjunturais (ocasionais, imediatos, quase acidentais). O objetivo deveria ser encontrar a relação correta entre o que é orgânico e o que é conjuntural. Na questão do estilo a Escola de Birmingham está interessada, primeiro, em como elementos de classe e geração interagem na produção de distintivos grupos de estilos. Em segundo lugar, os autores se perguntam como os materiais disponíveis para o grupo são construídos e apropriados na forma de uma resposta cultural visivelmente organizada (CLARKE et. al., 1996).

Os autores de Birmingham criticam a noção de cultura juvenil. Para eles, o termo se apropria da situação juvenil quase exclusivamente em termos de manipulação publicitária e comercial e exploração do jovem. Como um conceito, cultura juvenil tem pouco ou nenhum poder explanatório. O objetivo dos autores é desconstruir o termo em favor de um conjunto de categorias mais complexas (CLARKE et. al., 1996). A Escola de Birmingham trabalha então com a noção de subculturas juvenis, que seriam aquelas que surgem em estratos da classe trabalhadora urbana.

Tendo as classes sociais como os grupos mais fundamentais da sociedade moderna e as “culturas de classes” como as principais configurações classe-cultura, as subculturas são definidas como subconjuntos – são estruturas menores, mais localizadas e diferenciadas. O conceito de classe complexifica a análise: as subculturas juvenis são abordadas através da articulação com a cultura parental e com a cultura dominante. “En este modelo es central el concepto gramsciano de hegemonía: las subculturas son vistas como rituales de contestación ‘representados’ por los jóvenes en el ‘teatro de la hegemonía’ que ponen en crisis el mito del consenso [...]” (FEIXA, 1998, p. 54).

As subculturas precisam exibir forma e estrutura distintas o suficiente para fazê-las identificavelmente diferentes da cultura de seus pais. Elas têm que ser focadas em certas

atividades, valores, certos usos de materiais e artefatos, espaços territoriais, etc. que as diferenciem da cultura mais ampla (mas continuam sendo subconjuntos que se articulam com a cultura parental) (CLARKE et. al., 1996).

Uma das críticas à Escola está relacionada com a rígida separação entre subculturas (operárias) e contraculturas juvenis (de classe média). As subculturas seriam estruturas coletivas compactas que tomariam a forma de gangues; surgiriam da dicotomia entre o mundo institucional e o tempo livre; seriam territoriais; e nelas a vivência predominaria sobre o discurso. Já as contraculturas seriam meios difusos e mais individualizados; estariam propondo uma síntese entre o mundo do trabalho e o do lazer (“o trabalho é um jogo”) ou proporiam instituições alternativas; seriam universais e nelas não há vivência sem discurso ideológico. Questiona-se a separação radical entre as duas categorias, pois há grupos de classe média com características subculturais e grupos operários que podem converter-se em contraculturas (FEIXA, 1998).

Quais seriam, então, os limites da aplicabilidade da noção de cultura nas pesquisas de juventude? Qual o valor explanatório dessa noção diante dos fenômenos juvenis?

Kuper fala de uma “confusão obstinada” que consiste em imaginar a cultura como algo que se pode distinguir a olho nu (KUPER, 2002). Acredito que o comentário é válido também para a noção de cultura juvenil, subcultura e contracultura – onde o jovem geralmente tem sua visibilidade garantida através de manifestações espetaculares ou desviantes, como se ser jovem se reduzisse a isso.

Pode-se dizer que o uso da noção de cultura está repleto de “confusões obstinadas”. Uma delas é associar a cultura à classe, de modo que chegamos muito perto de pensar que todos os indivíduos de uma classe compartilham a mesma cultura, ou têm uma cultura própria, diferente das de outras classes.

Uma outra “confusão” é aquela que associa uma cultura à determinada sociedade, como se ambas tivessem os mesmos limites e bordas. Quando isso ocorre, torna-se difícil pensar cultura juvenil como algo que vá além de um recorte etário dentro de uma sociedade.

Para os autores da Escola de Birmingham, os homens e as mulheres são formados e formam-se através da sociedade, da cultura e da história. A existência de padrões culturais forma um tipo de reserva histórica – um “campo de possibilidades” pré-constituído – aos quais os grupos se ocupam, transformam, desenvolvem. Uma concepção bem marxista, onde cultura e sociedade se confundem: “the ‘law of society’ and the ‘law of culture’ (the symbolic ordering of social life) are one and the same. These structures – of social relationship and meaning – shape the on-going collective existence of groups.” (CLARKE et. al., 1996, p. 11).

Talcott Parsons, que tentou fazer uma síntese entre teoria cultural, teoria social e psicologia – e segundo Kuper (2002) fracassou espetacularmente nesta empreitada – formulou uma concepção de cultura juvenil que não nos dá muitas margens para imaginarmos os fenômenos juvenis como algo além das manifestações culturais de uma determinada idade numa determinada sociedade. Aliás, seus trabalhos estão mesmo restritos aos jovens da sociedade americana.

Amit-Talai ressalta que com esta perspectiva, muitos conceitos se tornam inaplicáveis, a menos que possamos afirmar que os jovens formam sua própria sociedade em separado. A juventude, no entanto, opera com uma rede social mais ampla que inclui o relacionamento com pessoas de variados *status* e idades (AMIT-TALAI, 1995).

Ainda segundo essa autora, a equação cultura/sociedade pode oferecer apenas duas principais opções para lermos juventude e cultura:

- 1) o foco em como crianças e jovens aprendem ou adquirem a cultura da sociedade;
- 2) a abordagem das construções culturais de juventudes como constituintes de uma variante das culturas adulta ou societal, um tipo de dialética cultural.

Ambas as versões privilegiam a transmissão entre juventude e idade adulta, seja observando como as juventudes aprendem cada cultura dos adultos ou notando o modo pelo qual eles adaptam culturas adultas (AMIT-TALAI, 1995).

Qual é então a noção de cultura que queremos e como essa noção pode ser usada para se pensar a juventude?

Segundo Kuper,

“para compreender cultura precisamos primeiro desconstruí-la. Convicções religiosas, rituais, conhecimentos, valores morais, arte e gêneros retóricos, entre outros, devem ser separados e não agrupados num simples pacote rotulado como cultura, ou consciência coletiva, ou superestrutura, ou discurso. Separando esses elementos, a pessoa é levada a explorar as configurações em transformação em que a língua, os conhecimentos, as técnicas, as ideologias políticas, os rituais, as mercadorias e assim por diante estão relacionadas entre si.” (KUPER, 2002, p. 309).

E ainda: “[...] se não separarmos os vários processos que estamos agrupando indiscriminadamente sob o título de cultura e olharmos além do campo da cultura para outros processos, não iremos muito longe na nossa compreensão de cultura.” (KUPER, 2002, p. 311).

Para Amit-Talai, é preciso romper a identificação de cultura com comunidade – tanto conceitual como historicamente. A autora concorda com Ward Goodenough, que diz que a cultura está mais facilmente localizada em atividades do que em comunidades, mais nas expectativas que as pessoas têm de interagir e nos padrões de avaliação que operam numa situação particular. Mesmo na menor e mais isolada das comunidades, as pessoas estão engajadas numa variedade de atividades, com diferentes necessidades organizacionais e duração. Ou seja,

em qualquer sociedade as pessoas têm que ser multiculturais. Um conceito de cultura que se negue a reconhecer a capacidade de agência cultural de qualquer categoria de seres humanos é deficiente. No meio de transformações político-econômicas do final do século XX, novas formas de cultura juvenil estão certamente emergindo, mas as juventudes sempre foram culturais (AMIT-TALAI, 1995).

Uma visão de cultura orientada pela idéia de atividades presume que as estratégias culturais da juventude emergirão e serão endereçadas para as exigências de situações nas quais elas estão implicadas e às limitações que as restrições de idade impõem no alcance e natureza desse envolvimento. Amit-Talai não está argumentando que a natureza do processo cultural muda abruptamente da juventude para a idade adulta, e sim que os seres humanos, em qualquer idade, devem ser multiculturais se eles querem ser socialmente efetivos (AMIT-TALAI, 1995).

Por outro lado, essa visão da produção cultural como necessariamente multicultural não exige a limitação da juventude em uma única atividade. Nós podemos nos afastar tanto das preocupações desenvolvimentistas dos trabalhos sobre socialização, quanto das superestilizadas atividades da Escola de Birmingham. Afinal:

“youth cultural production occurs at home, at school, at work, at play, on the street, with friends, teachers, parents, siblings and bosses, draws elements from homegrown as transnational influences, and intertwines with class, gender, ethnicity and locality with all the cultural diversity that such a multiplicity of circumstances compels.” (AMIT-TALAI, 1995, p. 231).

Esta visão de cultura está estreitamente associada com a noção de *microcultura* de Wulff. Na análise proposta por Wulff de um grupo interétnico de meninas em Londres, a microperspectiva complementa a perspectiva em grande escala com foco em classe e etnicidade usualmente utilizadas. Para a autora, grandes forças influenciam o fenômeno em pequena escala, mas também as relações face-a-face podem conter agência, provendo os indivíduos de certa habilidade para formar significados fora de suas experiências específicas, o que por sua vez podem ter impacto nas grandes forças (WULFF, 1995).

Wulff define cultura como correntes de significados que as pessoas criam e interpretam quando elas se comunicam com os outros diretamente, face-a-face, ou indiretamente, pela mídia. Microculturas também são correntes de significados, que são gerenciadas por pessoas em pequenos grupos que se encontram diariamente. Uma microcultura possui três elementos principais: 1) a combinação particular de personalidades; 2) os locais onde os indivíduos que dela fazem parte se encontram; e 3) certos eventos momentâneos que estes indivíduos experimentam juntos (WULFF, 1995).

Podemos então, perfeitamente, pensar que os grupos de meninas estudados, antes de fazerem parte de uma subcultura ou de uma cultura juvenil maior, são, por si só, microculturas,

onde são elaboradas certas correntes de significados. Tal como o sugerido por Wulff, os grupos de meninas que participaram desta pesquisa são formados na combinação de personalidades (conforme frases como “a gente é tão diferente”, ou “uma complementa a outra”). Além disso, os locais por elas freqüentados e os eventos que compartilham juntas têm a ver com a construção de suas identidades de grupo, no momento em que elas ressaltam que o que têm em comum com as amigas é o freqüentar os mesmos lugares, “ir para os mesmos cantos”, “fazer as mesmas coisas”.

A noção de microcultura parece-me ser uma saída para um entrave teórico que tende a ver os grupos de meninos como formando culturas juvenis (por exemplo, as gangues, os movimentos culturais como o hip-hop, etc.) enquanto as meninas formariam grupos de amigas. Na verdade, a amizade diz respeito aos afetos envolvidos nestas relações estabelecidas nas microculturas (o capítulo seis trata das relações de amizade).

As microculturas juvenis femininas aqui estudadas são, portanto, o espaço para experiências formativas - a *busca* nas relações de gênero, a *escolha* nas práticas de consumo - que serão úteis para as meninas (WULFF, 1995, p. 77).

4. Lazer E Cotidiano No Shopping Center

Cotidiano, lazer e juventude

Um projeto que tenha como objeto de estudo algo tão abrangente como *as práticas de jovens mulheres* precisa ter algum tipo de recorte espaço-temporal¹⁶ que lhe dê certa estabilidade e até mesmo identidade. Pensando em termos de microculturas, eu estaria nesta pesquisa procurando refletir sobre os locais onde as meninas membros destas microculturas se encontram e sobre os eventos momentâneos que elas experimentam juntas (WULFF, 1995).

O espaço shopping center foi a primeira escolha neste sentido: pensei em estudar *meninas que freqüentam shopping centers*. Queria saber que outros lugares elas costumam freqüentar, como se divertem, que tipo de grupos/agrupamentos formam. O shopping seria apenas um ponto de partida e, na verdade, elas é que me diriam que espaços são importantes para compreender suas sociabilidades, suas práticas.

A partir dessa primeira escolha ficou claro que eu estaria privilegiando a esfera do *lazer*. A partir do momento que me interessei por outros ambientes de sociabilidade, acabei por dar uma importância central para os aspectos mais *cotidianos* de suas práticas – os mais vulgares, que mais se repetem.

Quais seriam, afinal, as implicações dessas escolhas, teoricamente falando? Qual é o ganho em se privilegiar espaços e tempos de lazer para o estudo de práticas juvenis?

É preciso antes de tudo ressaltar que esta abordagem não chega a ser novidade nos estudos de juventude. Embora a maior parte dos estudos tenha se centrado nos aspectos mais “anômicos” das práticas juvenis, o tempo por excelência destas práticas “desviantes” estudadas nas ciências sociais têm sido, juntamente com o escolar, o tempo do lazer e da sociabilidade. O que não existe de forma muito sistematizada é uma reflexão teórica sobre o lazer juvenil. Aliás, alguns teóricos definem o próprio lazer em oposição ao trabalho, o que torna a análise das práticas de lazer daqueles que não entraram no mercado produtivo um pouco inócua.

Segundo Franch Gutierrez (2000), “em parte, a ausência de uma tradição de estudos sobre o tempo livre e o lazer dos jovens responde à mencionada dificuldade das ciências sociais para lidar com temas aparentemente ‘irracionais’”. (p. 27). Para a autora, se quisermos entender as manifestações juvenis a partir de dimensões “sérias” como a política e a ordem social, estamos fadados a lançar sobre elas aspectos que antes de revelá-las, as escurecem. Aliás, a própria

“separação entre atividades ‘alienantes’ e ‘revolucionárias’ é fruto de uma espécie de ‘fixação’, por parte das ciências sociais, num modelo ideal de comportamento juvenil, representado pelos movimentos da

¹⁶ Uma das idéias do trabalho de campo era acompanhar como se dava a ocupação do tempo cotidiano das meninas. Como não foi possível participar destas práticas da forma como havia sido planejado, essa seção está mais próxima de uma justificativa da abordagem dos “fenômenos” juvenis através do cotidiano e do lazer do que de uma etnografia do tempo vivido por algumas jovens.

década de 1960 que, como vimos, não são representativos do todo social (ABRAMO, 1994)” (FRANCH GUTIERREZ, 2000, p. 34).

Para o autor português José Machado Pais (1993), “quem não quiser falar de lazer deve calar-se se sobre juventude quiser falar [...] porque é no domínio do lazer que as culturas juvenis adquirem uma maior visibilidade e expressão” (p. 132). Estudando manifestações de jovens de camadas populares, Helena Wendel Abramo (1994) vê “o lazer como uma das dimensões mais relevantes a compor a especificidade da condição juvenil” (p. 65), uma vez que a noção de juventude é elaborada, nestes setores, considerando-se que se trata de um tempo em que se pode escapar da vida massacrante de adulto.

“A diversão, assim, aparece como um dos elementos constitutivos da singularidade da condição juvenil. Segundo Teresa Caldeira, são a escola e a diversão que tornam os jovens visíveis enquanto um grupo etário distinto, no meio da vida cotidiana de um bairro da periferia de São Paulo.” (ABRAMO, 1994, p. 63).

Talvez isso não seja muito diferente nas camadas médias – são os jovens os que dispõem de um maior tempo legítimo para a diversão. Mas é preciso tomar cuidado para não se cair numa tendência homogeneizante das práticas juvenis quando vistas através do lazer. Segundo Pais (1993), o interesse da sociologia da juventude pelo lazer tem originado tendências teóricas controversas. Por um lado, existe a tendência em olhar para os lazeres juvenis como práticas homogêneas, que “teriam a particularidade de ser específicas e até exclusivas de uma *fase de vida* a que aparece associada à juventude” (PAIS, 1993, p. 132). O aspecto controverso dessa abordagem reside justamente em tomar a juventude como uma realidade homogênea, e é este aspecto que Pais procurar desconstruir:

“o método mais apropriado para contrariar esta tendência é o de tentar dismantelar o mito da ‘juventude homogênea’ no terreno onde ele se encontra mais enraizado - o do lazer, ou seja, com este método - *de minar os mitos nos seus próprios terrenos* - parto do pressuposto (ou hipótese) de que as culturas juvenis onde mais significativamente se diferenciam será naquilo em que mais se assemelham, passe o paradoxo” (PAIS, 1993, p. 133).

Por outro lado, em consequência dessa primeira tendência, surge aquela que toma as práticas juvenis como normativamente marginais relativamente à cultura dominante (específica das gerações mais velhas). A inoperância desta abordagem se dá por seu aspecto adultocentrista (um etnocentrismo de “adulto”), que tende a abordar as culturas juvenis como “disfuncionais”, “passivas”, “anômicas”. Segundo Pais, “o facto de se encontrarem distanciadas de um universo de normas e valores do qual se supõe que as gerações adultas se sintam mais próximas não significa que os jovens não consigam produzir o seu próprio *nomos*, as suas próprias normas” (PAIS, 1993, p. 133).

Ainda para o autor, para contrariar essa tendência é preciso “descobrir se – e, em caso afirmativo, como e em que medida – os jovens conseguem produzir, cotidiana e activamente, as suas próprias normas e expressões culturais” (PAIS, 1993, p. 133).

Se aceitarmos que o lazer tem um papel central na constituição das sociabilidades e das práticas juvenis, e seguirmos a concepção de Pais, podemos dizer que a forma como os jovens se divertem está relacionada com o *nomos* – conjunto de normas – que os próprios jovens produzem em seu cotidiano. O lazer passa assim a ser uma esfera privilegiada para a compreensão da diversidade das práticas juvenis e das próprias juventudes.

Cabe ainda incluir nesta abordagem do lazer, ou lazeres juvenis o enfoque dado pela dupla formada por Norbert Elias e Eric Dunning em seu “Quest for excitement” – busca de excitação. Para os autores, as práticas do lazer têm suas formas e funções ligadas ao processo civilizador (que está relacionado à capacidade dos Estados em monopolizar o uso da força), e à “domesticação” das emoções que esse processo supõe. Segundo esta concepção, o autocontrole das emoções extremas provocaria nos indivíduos enormes e cotidianas tensões, aliviadas através de uma série de atividades de recreação, sempre diversificadas em resposta à “rotinização” das atividades diárias (FRANCH GUTIERREZ, 2000, p. 22).

“Nas sociedades industriais avançadas, as atividades recreativas constituem um reduto do qual, com a aprovação social, pode expressar-se em público um moderado nível de emoção. Não poderemos entender o caráter específico e as funções concretas do lazer nestas sociedades se não percebermos que, em geral, o nível de controle das emoções tanto na vida pública como na privada, tem-se elevado em relação ao das sociedades menos diferenciadas” (ELIAS e DUNNING apud FRANCH GUTIERREZ, 2000, p. 22).

A excitação que os indivíduos procuram em seus momentos de lazer é sempre agradável, e as atividades recreativas estariam associadas a pelo menos três elementos: a *sociabilidade* – a estimulação agradável na companhia de outros, sem compromisso algum; a *motilidade* – a mobilidade corporal que envolve certas práticas, como o esporte; e a *imaginação* – através do caráter mimético de muitas atividades (FRANCH GUTIERREZ, 2000, p. 25).

Uma das contribuições principais de Elias e Dunning parece ser trazer a esfera recreativa para dentro do viver social, diferenciando *tempo livre* de *lazer*, “sendo o primeiro todo o tempo liberado do trabalho ocupacional e consistindo o segundo em atividades de caráter propriamente recreativo que podem ser realizadas nesse período” (FRANCH GUTIERREZ, 2000, p. 23).

A distinção entre as noções de tempo livre e de lazer é um passo importante para os estudos na área. Franch Gutierrez (2000) registra as dificuldades que surgem a partir da definição do “tempo-livre-lazer a partir da não obrigatoriedade das ações nele realizadas” (p. 18). Em

certos contextos, torna-se bastante complexo definir o que é imposição e o que é prazer, segundo a autora.

A associação entre tempo-livre-lazer com atividades produtivas (segundo Dumazedier, apud Franch Gutierrez, o lazer pressupõe o trabalho) também é um entrave no estudo de atividades de lazer entre jovens que não entraram no mercado de trabalho. Pensar o lazer em termos de divertimento e recreação parece ser mais apropriado para pensar as práticas desenvolvidas pelas jovens mulheres foco desta pesquisa. Afinal, é em busca de excitação e de divertimento que as meninas constroem suas sociabilidades em diferentes espaços, como o shopping center.

Shopping center: usos e abusos de um espaço “público-privado”

Shopping center, segundo Pintaudi (1992), “significa um empreendimento imobiliário de iniciativa privada que reúne, em um ou mais edifícios contíguos, lojas alugadas para comércio varejista ou serviços” (pp.15-16). Esta seria a definição formal – como o próprio nome já diz, shopping center é um centro de compras. Mas os shoppings¹⁷ ocupam atualmente um lugar tão significativo na vida dos cidadãos de cidades médias e grandes, que a definição formal passa a nos dizer muito pouco sobre o que de fato eles são.

Os centros urbanos, “lugar do intercâmbio econômico, assim como espaço da vida simbólica e do lazer” (LEMOS, 1992, pp. 94-95) que desde seu surgimento eram tidos como espaço de integração tanto material (comércio, serviços) como simbólica (na sociabilidade alimentada pelo “inconsciente urbano”), passam a ser menos desejados como lugar de encontro e convívio – pelo menos por uma boa proporção da sociedade, formada pelas camadas médias e altas. A outra face da moeda, é a apropriação do shopping, pensado e planejado para o consumo, como espaço para a sociabilidade. Enquanto o centro da cidade torna-se cada vez mais sujo e violento, os shoppings emergem como possíveis contrapontos a certos “males” da urbanidade, e almejam ser a expressão de tudo o que é moderno e inovador – “si muchas calles y plazas de ciudad presentan un visible deterioro, en el shopping todo luce nuevo, limpio y resplandeciente” (ARIOVICH et. al., 2000, p. 31).

¹⁷ O fato de ter sido mantido o nome em inglês para estes empreendimentos já pode nos dizer alguma coisa sobre seu significado – no Brasil, os nomes estrangeiros sempre remetem a coisas modernas, e de certa forma, melhores do que as coisas nacionais.

Para tanto, os shoppings buscam recriar um centro urbano idealizado – símbolos da atualidade urbana, afirmação das características metropolitanas, são veiculados, especialmente para os jovens, como locais de convívio: ruas cobertas e seguras, praças, cinemas e atrações imediatamente adquiríveis (SANTOS JR., 1992).

A sua descrição como miniatura de cidade ou como cidade artificial é compartilhada por diversos autores, e, segundo Frúgoli Jr., entre as múltiplas facetas que os shopping centers apresentam, haveria um consenso de que ele “é um complexo equivalente a uma cidade” sendo que no Brasil “... os shoppings são verdadeiras cidades intramuros, mantendo uma áspera conversação com o urbano concreto” (SEGAWA apud FRÚGOLI JR., 1992, p. 76). Para Santos Jr. (1992), o shopping “constitui-se como uma cidade dentro da cidade, refletindo a segmentação da sociedade em classes” (p. 63). Para Rossari (1992), “a organização espacial do SC sugere a de uma cidade artificial. Seus caminhos internos assemelham-se a ruas cobertas, encerradas numa película protetora que isola de todo o desconforto” (p. 118).

Mas até que ponto a reprodução artificial das cidades por parte dos shoppings reproduz também seu dinamismo?

Para Pintaudi (1992) a expansão dos shopping centers contribui para fragilizar as relações sociais, pois eles são criados para atender estratos socioeconômicos específicos de nossa sociedade. Antes, o centro da cidade, rico de memória (o que une as pessoas, por ser um referencial simbólico) tinha no comércio um elemento de integração social. As pessoas atraídas para o centro da cidade tocavam-se, ainda que com o olhar. Quando este contato é rompido, as relações tornam-se frágeis.

Segundo Frúgoli Jr. (1992), transcendendo a esfera do consumo ao qual são destinados, os shopping centers, do ponto de vista dos seus usuários, constituem espaços comunicacionais onde se definem e redefinem simbolicamente diferenças socioculturais. Mas a idéia de que os shoppings sejam contrapontos aos males urbanos é falsa, “porque espaços controlados, confinados e seletivos como os SC – ainda que permeáveis a outros grupos e a usos diversos – jamais poderão resgatar plenamente o dinamismo das ruas e praças: vivas, imprevisíveis, heterogêneas e realmente públicas” (pp.91-92).

É preciso registrar, no entanto, que a freqüentação e os usos do shopping center são mais heterogêneas do que podemos imaginar num primeiro instante. Esta “cidade ideal”, repleta apenas de cidadãos consumidores, talvez traduza mais as representações dos agenciadores dos shoppings, veiculadas pela mídia, do que “a realidade de sua apropriação por parte dos múltiplos grupos de usuários, marcada pela *diversidade*” (FRÚGOLI JR., 1992, pp. 77-78).

As apropriações diversas dos shopping centers são especialmente sentidas no caso brasileiro. Quando implantados no país, os shoppings seguiam a tendência norte-americana e não tinham elementos para induzir o consumidor ou aventar a possibilidade de uma pausa no consumo material. Soares (2000) trata deste aspecto, e relata algumas artimanhas engraçadas e maquiavélicas tomadas pelos administradores de shoppings, como a instalação de pisos escorregadios, a ausência de bancos para os freqüentadores sentarem e de relógios ou acesso à luz externa. Ainda segundo este autor, os shopping centers brasileiros amargaram desilusões em relação às expectativas delineadas e tiveram que mudar drasticamente o posicionamento ou redesenhar estratégias de comunicação.

Segundo Damaceno (2002), apesar da finalidade inicial dos shoppings “ter tido um caráter consumista, a prática dos freqüentadores impõe uma nova ‘roupagem’ e, principalmente, novos sentidos e significados à sua estrutura física” (p. 21). O universo dos shopping centers, segundo a autora, engloba três esferas: a do consumo, do trabalho e do lazer. Esta sua utilidade abrangente não permite que os shoppings sejam pensados apenas como templos do consumo ou não-lugares. Diversos estudos correntes sobre o tema, principalmente os que têm um recorte mais antropológico, que se preocupam com sua dimensão simbólica, têm ressaltado seu caráter de espaço de lazer e de sociabilidade, especialmente para os jovens¹⁸. Para Damaceno, “o que se apreende, em sua prática cotidiana, são rituais de sociabilidade, são símbolos, sentidos e significados que configuram e reconfiguram os espaços” (2002, p. 21).

Além disso, apesar da elitização e estratificação próprias dos shopping centers, eles mantêm uma relação com o “mundo exterior” – por mais áspera que seja, conforme a citação de Frúgoli Jr. Se esta “cidade em miniatura” dialoga com os signos e características de outros espaços e instituições, na medida em que recria praças, alamedas de serviços, contíguos de lojas, etc. (FRÚGOLI JR., 1992, p. 77), este diálogo vai além da reprodução destes espaços. Eles reproduzem também uma ordem social existente. Shopping centers não são mundos apartados do resto do contexto social. Para Suassuna (1996), eles são equipamentos urbanos que retratam a realidade social de onde estão inseridos. Numa abordagem interpretativista (GEERTZ, 1989), poderíamos pensar os shoppings como textos a serem lidos, textos que nos dizem muito da cultura da qual fazem parte.

Nossa sociedade está repleta de símbolos que classificam seus cidadãos — de acordo com categorias relacionadas à classe, estilo e gosto — atribuindo-lhes diferentes *status*. Temos no “residir” o elemento mais decisivo do espaço de nossa existência (daí a expressão *não ter onde cair*

¹⁸ Conforme pude também observar tanto em meu Trabalho de Conclusão de Curso: “Freqüentando o shopping, sociabilidade juvenil na praça” (2000) e na elaboração dos vídeos etnográficos “Sintonizando: o shopping é o canal?” e “Temos Pressa” (1998).

morto), mas este conceito pode ser expandir para o de “freqüentar” (ROSSARI, 1992). Freqüentar ou não o shopping center é uma forma de situar os indivíduos dentro da sociedade, e isto equivale a dizer que o shopping se configura como um espaço classificador e atribuidor de identidades.

Para as camadas mais baixas da sociedade, isso se expressa não só nos rígidos sistemas de segurança que impedem a presença de pedintes, meninos de rua, prostitutas, ambulantes ou tipos mais exóticos, mas também através de uma auto-exclusão praticada por estes sujeitos. Esta auto-exclusão seria o outro lado de sinais e mensagens, mais ou menos explícitos, que lhes indicam o seu “lugar social” (ARIOVICH et. al., 2000).

Ariovich et. al. (2000) ressaltam como certos shoppings constituem para os jovens (e não só para esta faixa etária, eu diria) espaços nos quais eles internalizam recursos que lhes permitem classificar aos demais e classificarem-se a si mesmos.

Se freqüentar o shopping é uma forma de atribuir identidades e posicionar sujeitos, consumir neste espaço com certeza também o é. O shopping center está repleto de produtos hierarquicamente ordenados em marcas, que quando consumidos indicam o *status* dos indivíduos (ARIOVICH et. al., 2000). De certa forma, há um “elitismo” que estrutura os shoppings, por mais que seus usos e abusos pareçam muitas vezes contestar este fato.

É sobre alguns destes usos e abusos que vamos tratar agora.

Shopping center e Juventude

O primeiro aspecto a se considerar no que diz respeito à relação estabelecida entre os juventude e shopping center é a evidente grande proporção de jovens entre os freqüentadores deste espaço. É só dar uma circulada pelos corredores de um shopping para perceber que os jovens representam uma boa parcela de seu público.

Levando-se em consideração que o “fenômeno” shopping center é relativamente novo no Brasil, e que o primeiro shopping de Pernambuco (o Shopping Center Recife) foi inaugurado em outubro de 1980, podemos dizer que temos hoje uma primeira geração de jovens que nasceram após a implantação destes empreendimentos, e que cresceram tendo o shopping como um espaço cuja freqüentação é algo ordinário em seu cotidiano. Talvez pudéssemos até afirmar que esta é a primeira geração que não vivenciou o trânsito de certas práticas das ruas para estes centros comerciais.

Como importantes usuários dos shoppings, os jovens lhes impõem novas nuances, e são os principais responsáveis pela ressignificação deste espaço pensado e construído para o consumo. São os jovens os que exercem um consumo mais simbólico no shopping (e não estou querendo subestimar seu poder de compra¹⁹), além de ter uma apropriação muito mais ritual do espaço. Segundo Ariovich et. al.,

“los jóvenes utilizan el espacio del shopping sin distanciarse de lo esperado por los promotores y comerciantes: compran en los negocios, consumen en el patio de comidas. Pero, además, los jóvenes encuentran en el shopping un escenario propicio para todos fines, entre los que el juego no es el menos importante.” (ARIOVICH et. Al., 2000, p. 38).

Quando falam em “jogos”, os autores se referem uma série de práticas lúdicas exercidas pelos jovens no shopping center, como usar as escadas rolantes no sentido contrário, jogar papéis, contar o final do filme para quem está esperando na fila, jogar cartas, dançar ou correr entre a multidão. Mais adiante, os autores afirmam ainda:

“si se observar con atención las prácticas de los jóvenes en el shopping, debe descartarse una descripción que las presente como totalmente ajustadas a lo esperado por promotores y comerciantes; éstos no aspiraban a convertir el shopping en un centro gratuito de diversión”. (pp. 39-40).

Durante o trabalho de campo que realizei, pude observar alguns destes jogos, como a corrida nos vãos centrais e corredores e o jogo de dominó na praça. Embora nem tudo o que os jovens fazem no shopping center seja explicitamente jogos, no sentido que os autores dão ao termo, pelo menos no contexto por mim observado, há uma ludicidade e uma ritualização que acompanha estas práticas.

Alguns aspectos mais pontuais podem ajudar a esclarecer o que estou chamando de freqüentação ritual e lúdica praticada pelos jovens. Em primeiro lugar, os jovens geralmente vão ao shopping em grupos, o que aponta para a importância da sociabilidade neste espaço.

Este aspecto da sociabilidade fica patente nas respostas dadas às perguntas relativas ao modo como iam ao shopping, se sozinhas ou acompanhadas, e na companhia de quem. Nenhuma menina mencionou idas ao shopping center sozinha.

Elaine: e quando vocês vêm, vocês vêm em grupo, sozinha, como é que é?

Sandra (20): em grupo. Sempre em grupo.

Ayesha (13): a gente vem com nossos amigos, pra gente bater um papo, conversar, ver as novidades, fofocar...

Embora a maior parte das entrevistas tenha sido feita com duas ou três meninas (e não procurei entrevistar grupos maiores principalmente por questões “técnicas”, pois seria difícil

¹⁹ Segundo a Revista Veja Especial Jovens, “os jovens brasileiros têm renda própria de 30 bilhões de reais por ano e o poder de influenciar as compras dos pais estimadas em 94 bilhões de reais” (Veja Especial Jovens, agosto de 2003, p. 81).

transcrever as gravações das entrevistas com muitas vozes, num ambiente tão ruidoso), a maior parte das entrevistadas dizia que geralmente ia ao shopping center em grupos maiores.

Ane Marie (15): normalmente vem mais pessoas, mas hoje só veio eu e ela.

Ana Cristina (16): Desespero, sem fazer nada em casa, vamo pro shopping.

Ane Marie: Porque tem um monte de colega, muita gente.

Elaine: mais a maior parte da escola?

Ana Cristina: É. É do colégio, que a gente conhece assim.

Ane Marie: é do colégio, ou se não amigos dos nossos amigos que a gente já conheceu aqui.

Estar em grupo é um importante valor de distinção para as meninas estudadas. Era comum elas destacarem que seu círculo de amizade era mais extenso do que o que eu estava observando, conforme a fala de Ane Marie²⁰. Além disso, o shopping center é visto como um lugar para conhecer novas pessoas, especialmente amigos de amigos.

A freqüentação do shopping em grupos implica que a companhia de diferentes grupos ocorrerá para diferentes fins, ou será percebida e vivenciada de forma diferente por parte das meninas.

Elaine: quando vocês vêm pro shopping, o que vocês fazem aqui?

Ane Marie (15): normalmente é no cinema e no boliche.

Ana Cristina (16): cinema, boliche, fica aqui na praça.

Ane Marie: fica na praça, muito tempo na praça, conversando.

Elaine: tem diferença se vem mais gente, ou menos gente, vocês fazem coisas diferentes aqui?

Ane Marie: se vem menos gente a gente só fica andando, se vem mais gente a gente só fica tirando onda.

Ana Cristina: andando, sei lá, à procura aí do povo.

Elaine: tipo assim, hoje veio só vocês duas, o que que vocês vão ficar fazendo aqui no shopping?

Ana Cristina: a gente vai pro cinema.

Elaine: vocês vão no cinema?

Ana Cristina: e conversa assim, conversando...

Ane Marie: botando as fofocas em dia.

Elaine: e quando vem mais gente, não rola essas fofocas em dia é mais difícil?

Ane Marie: não. Assim, não tanto como tá as duas.

Ana Cristina: é porque a gente aqui tá sem fazer nada, então tá parada, pra conversar, mas quando tem muita gente não, a gente tá rodando, pára, fala com uma pessoa, fala com outra. Aqui só tem a gente mesmo, não tem ninguém.

Elaine: e quando vem bastante gente, é diferente de quando vem só vocês duas, por exemplo?

Daniela (15) e Pollyana (14): é.

Daniela: é bem diferente.

Elaine: e o que que tem de diferente?

Daniela: porque aí um pensa em fazer uma coisa, aí outro pensa em fazer outra. Aí a gente fica, assim, sem parar. A gente não senta aqui e fica, assim.

Pollyana: um, ah, eu vou comer, aí vai comer, ah, eu vou andar, aí vai andar, e os outros fica. E quando mais nós a gente fica aqui falando besteira e dando risada.

²⁰ Isto me remete ao fato ocorrido durante minha pesquisa para o Trabalho de Conclusão de Curso, num shopping de Florianópolis. Depois de algumas semanas de trabalho de campo, um de meus interlocutores fez referência ao fato de eu estar sempre sozinha, sugerindo que eu era uma das pessoas “anormais” que freqüentavam a praça de alimentação.

Elaine: vocês não ficam dando voltinha, também, quando é menos gente?

Pollyana: não.

Daniela: menos.

Pollyana: é, menos.

[...]

Pollyana: geralmente grupo grande a gente não vem só pra andar no shopping, vem pro cinema. E geralmente o povo, ah, bora pro shopping. Fazer o que no shopping. Andar? Aí eles não vêem tem que: vamo pro cinema, aí pronto.

Elaine: e é diferente se vem menos gente, mais gente?

Ayesha (13): ah, mais gente fica aquele papo mais animado, cada um tem um papo, a gente fica conversando, fica entretido na conversa, quando é a gente a gente tem menos assunto, quer dizer, tem, mas é meio sem emoção, assim.

Elaine: e é diferente vir com amiga ou vir com a mãe?

Sofia (16): a gente vem fazer coisas diferentes.

Amanda (14): é, porque geralmente com a mãe você vai fazer é compra, né.

Sofia: é.

Amanda: com as amigas você vai pro cinema...

Sofia: passear...

Amanda: é, passear.

Elaine: daí quando vocês vêm no shopping, o que vocês fazem mais aqui?

Andressa (13): fica olhando vitrine e aqui sentada conversando.

Amanda (14): é. Daí quando eu venho com a minha mãe daí não. Quando eu venho com a minha mãe daí eu entro nas lojas, e fica mexendo, mexendo, mexendo, agora quando eu venho com ela [com Andressa], ou vai no cinema, ou fica rodando, olhando vitrine, ou [...].

[...]

Elaine: E quando vem turma, assim, bastante gente, o que que vocês fazem?

Andressa: geralmente vai no cinema.

Amanda: quando é muita gente ou a gente vai no cinema ou vai no boliche. Que em mais gente aí fica mais em conta.

A companhia da mãe para ir ao shopping é importante quando as meninas querem fazer compras, conforme veremos adiante quando formos tratar do consumo. Já as idas ao shopping com amigos são vistas mais para o lazer: “passear”, “conversar”, “ir ao cinema”. Quanto maior o grupo, maior a “emoção”, mesmo que, ou justamente pelo fato de que essa expansão do grupo signifique a companhia de colegas ou conhecidos – não tão amigos – ou de meninos, o que faz com que as conversas mudem completamente (também tratarei melhor destes assuntos mais adiante).

As meninas também dizem que ir ao shopping num grupo só de meninas é diferente de ir ao shopping com meninos e meninas.

Elaine: e é diferente quando vem só vocês duas e quando vem grupos maiores?

Patrícia (15): é, que às vezes é menina diferente, né.

*Amanda (15): é, **nem tudo que a gente conversa quando vem meninos assim a gente conversa.***

Amanda (14): *Aí a gente sempre vem aqui, porque os filmes que tão passando, todo mundo gosta daquele filme. Um exemplo foi Matrix, daí todo mundo ficou naquele grupo enorme, aí quando vem assim, geralmente mais filme, aí quando vai grupo grande, a gente vem pra cá pra ir no cinema, nunca pra rodar, **porque menino também não tem paciência pra ficar rodando.***

Elaine: *e geralmente são só meninas, ou são meninas e meninos?*

Sofia (16): *geralmente é mais menina, assim. De vez em quando vem uma turminha de menino, assim, quando os meninos lá do prédio vem junto. Mas assim, geralmente mais assim, só as meninas.*

Até porque menino assim não gosta de ver roupa, essas coisas assim.

Adriana (15): *aí é.*

Sofia: *quando os meninos só vem pra boliche ou cinema.*

Elaine: *eles não têm muita paciência, né, de ficar vendo loja?*

Adriana: *é.*

Amanda (14): *sem chance. Só quando é pra tirar onda com a cara da gente, aí eles vem. Quem foi que uma vez entrou dentro da loja só faltou ter um troço?*

Adriana: *Otávio, quando a gente ficou provando roupa.*

Amanda: *só faltou ter um troço.*

Há aí dois pontos a serem considerados: as diferentes práticas de meninos e meninas no shopping e o modo como as mesmas coisas feitas pelas meninas mudam com a presença de meninos. Embora os jovens de ambos os gêneros ocupem o shopping para o lazer e a sociabilidade, elas parecem se divertir passeando e vendo vitrines, coisas que eles não têm paciência para fazer. Da parte dos meninos não parece haver uma ritualização das compras, como veremos que acontece no caso das meninas. Além disso, a presença de meninos faz com que as conversas delas mudem bastante.

Observei que a maior parte das meninas entrevistadas frequênta o shopping center pelo menos uma vez por semana, sendo que o número de idas ao shopping center varia entre uma vez por mês (algumas meninas que moram em outras cidades próximas a Recife) e três a quatro vezes por semana, de acordo com as entrevistadas. No período de férias, as idas ao shopping center são muito mais freqüentes.

Independente do número de vezes que vão ao shopping, podemos dizer que tanto as meninas entrevistadas, como as que acompanhei na primeira parte da pesquisa, são “freqüentadoras assíduas” deste espaço, com uma freqüentação, mais voltada para a expansão de amizades, paqueras, enfim, para a sociabilidade (MÜLLER, 2000, p. 21).

Quando perguntava sobre o que elas fazem no shopping center, elas citavam ou os serviços ou áreas de lazer como a praça de alimentação, o cinema, o boliche, ou atividades lúdicas praticadas em outras áreas do shopping: ver vitrines, dar voltinhas, passear, conversar.

Elaine: *daí o que que vocês ficam fazendo, aqui?*

Daniela (15): *isso. Compra sorvete, sente aqui, e fica conversando.*

Pollyana (14): *fica vendo, ou senão vai pro cinema. Quando é mais gente, que tá a fim de ver um filme, vai pro cinema, depois fica andando, sente aqui, enfim.*

Elaine: Então o que que vocês fazem, no shopping?

Tereza (16): A gente assim roda, olhar as vitrines, procurar coisas assim que a gente gosta.

Como eu já disse, o aspecto público dos shopping centers pode ser questionado, já que estes são também ambientes privados, fechados, vigiados e controlados. Mas embora limitada, a diversidade de freqüentadores e usos do shopping existe. Mesmo as meninas com as quais trabalhei, que consomem regularmente no shopping e que têm poder aquisitivo para tanto, ressignificam o espaço construído, e parecem reservar para a sociabilidade um lugar especial em suas práticas dentro do shopping. Até mesmo o ato de fazer compras é feito em grupo e obedece a certos rituais. Ou seja, “na hiperigienizada segurança dos shoppings não existe lugar para intempéries climáticas, desordens, pedintes ou violência, mas existe ainda ali um lugar para a sociabilidade, o lazer, o encontro com o outro, para apropriações diversas do espaço” (MÜLLER, 2000, p. 9).

O conceito de sociabilidade que considero mais adequado para o tipo de relações estabelecidas entre os jovens neste contexto é o elaborado por Frúgoli Jr., inspirado em Georg Simmel:

“entendida como uma espécie de jogo simbólico, forma lúdica de associação e interação, em que determinadas diferenças sociais são re-elaboradas. Trata-se, portanto, de interpretar o ritmo dessas formas de relação social num campo comunicacional, construído por um conjunto cambiante de regras. Neles, grupos, redes e indivíduos interagem, dizem coisas uns aos outros, trocam significados e elaboram sua inserção na sociedade e na cidade.” (FRÚGOLI JR., 1992, p. 79).

De acordo com o próprio Simmel,

“a sociabilidade é um jogo no qual se ‘faz de conta’ que são todos iguais e, ao mesmo tempo, se faz de conta que cada um é reverenciado em particular; e ‘fazer de conta’ não é mentira mais do que o jogo ou a arte são mentira devido ao seu desvio da realidade” (SIMMEL, 1983, p. 173).

Para Simmel (1983), as conversas têm aí um papel fundamental, onde os assuntos são o meio indispensável para “revelar encantos”. Na sociabilidade a conversa é o propósito de si mesma – o assunto tem propósito, lugar e direito apenas no jogo funcional da própria conversação.

A freqüentação do shopping também é diferente de acordo com o dia da semana. As idas ao shopping com as mães, com o fim de fazer compras, são feitas durante a semana. As idas com amigas para olhar vitrines, experimentar roupas, e os almoços com a turma da escola também ocorrem geralmente nos dias de semana. O sábado é um dia especial, quando a ida ao shopping é uma “saída” mais propriamente dita, que exige uma preparação maior, com maior atenção a detalhes. Vamos agora falar do sábado no shopping.

Sábado no shopping

Um sábado como outro qualquer. Fabiana se prepara para passar a tarde com as amigas. Ficar em casa seria impensável, ninguém fica em casa num sábado à tarde. Ana está em sua casa para irem juntas ao shopping center. Lá com certeza encontrarão outras pessoas de sua idade, talvez aquele menino que tanto querem encontrar... As duas estão no quarto de Fabiana escolhendo a roupa e os acessórios perfeitos para a ocasião. *“Este brinco não, Ana, tem muito brilho. Deixa pra quando a gente for pra Teatro.” “Ai, eu estou horrorosa com esta saia! Que saco, não tenho roupa!” “Quer minha calça emprestada?” “Não sei, acho que vai dar de ver minha barriga que está enorme...” “Que nada, ficou perfeito!” “Acho que combina com minha blusinha azul.” “Qual combina mais com minha blusa, estes ou estes?” “O brinco branco. Combina com o sapato e a bolsa.”*

Se fosse num dia qualquer seria mais fácil de se arrumar. Mas hoje é sábado, é preciso caprichar um pouco mais. Um pouco de maquiagem, mas não muita, afinal elas não estão indo pra nenhuma boate. Deixa a mini-saia pra um dia que saírem à noite.

Enquanto se vestem, elas lembram da festa da noite passada. *“Caio estava fofo!” “Você viu aquela menina dando em cima dele a noite toda?” “E se dizia minha amiga...” “É, mais bem que ele estava gostando.” “Aquilo não presta, homem é tudo assim mesmo.” “Será que ele vai pro shopping hoje?” “Não sei. Por mim... Ai meu Deus, não posso ir com essa blusa, eu usei semana passa pra ir no cinema com ele!”*

As duas já estariam prontas se Ana não tivesse implicado com a blusa que estava repetindo. Fabiana emprestou outra blusinha pra ela. Se fosse para outra não emprestava, mas é a melhor amiga dela, e amigas são para estas coisas também.

Foi a mãe de Fabiana que as levou pro shopping. No caminho passaram na casa de Eduarda para pegá-la. *“Menina, essa tua pulseira está fashion!” “E esta tua blusa é nova?” “Não, é da Fabiana.” “Ah, tô lembrada, é a da festa da Sofia, né?”*

No shopping, o celular de Eduarda toca. É Sofia. *“Estamos chegando na praça de alimentação. Onde você está?” “Aqui na praça! Aqui!”* Desligam, já estão se vendo. Depois é o celular de Sofia que toca. É Luciana que está chegando.

Sofia está esperando o namorado. Ele chega um pouco tímido e lhe dá um beijo meio desajeitado. Sofia também fica meio sem jeito. É bom namorar, mas ficar batendo papo com as meninas também é bom. Elas continuam a conversa. Pablo fica segurando na mão de Sofia, meio afastado da rodinha. As meninas ficam perto uma das outras, de vez em quando cochicham alguma coisa no ouvido das amigas. Pablo sabe que é assunto de mulher. Mas depois pergunta pra Sofia de quem estavam falando, enciumado.

O casal fica na praça de alimentação e as meninas sobem para o cinema. Não para assistir um filme, para ficar ali na frente, vendo o pessoal. Quando estão subindo a escada rolante, uns meninos ficam observando-as. Elas fazem que não vêem. Passam a mão no cabelo, ajeitam o cinto e atravessam a frente dos meninos. Eles dizem alguma coisa, soltam algum gracejo. Elas fazem que não ouvem.

Luciana queria tomar um sorvete, mas Ana quer dar mais uma volta pra ver se encontra Caio. Eduarda sugere que elas comprem o sorvete e dêem uma volta. Mas Fabiana acha melhor ficar tomando sorvete na praça de alimentação. Por fim, depois de olhar para todos os lados e não ver seu objeto de desejo, Ana concorda em ir tomar este sorvete na praça.

Elas ficam sentadas na frente do McDonald's. Uns meninos mandam um bilhetinho para elas, com algum convite. Mas elas não são de ficar com meninos desconhecidos, e, além disso, eles nem eram tão gatinhos assim.

Sofia vai chamar Ana para ir ao banheiro com ela. Colocam algumas fofocas em dia: Ana reclama de Caio, que nem apareceu, Sofia reclama de Pablo, que fica olhando para toda menina que passa. Seria tão mais fácil não gostar de ninguém. Elas voltam para a praça e depois as meninas vão de novo pra frente do cinema. Outros meninos falam alguma coisa para elas. Elas tentam fazer que não ouvem, mas acabam rindo. Os meninos riem também.

As meninas andam bem juntinhas, segurando no braço uma da outra. Estão até se vestindo de forma parecida, todas de calça justa e blusinha de alça. Eduarda não está de salto como as amigas. Se sente muito alta, não quer ficar maior do que todo mundo.

Veza por outra algum celular toca. Alguma amiga perguntando como está o shopping, fazendo alguma fofoca, contando alguma novidade. Veza por outra elas ligam pra alguém, só pra dizer que “fulaninho” está no shopping.

Elas ainda encontram alguns amigos do colégio, meninos e meninas, antes dos celulares começam a tocar com o identificador indicando: CASA. São as mães e pais combinando de irem buscá-las.

Não foi um sábado de grandes emoções, mas foi bem melhor do que ficar em casa. Amanhã talvez elas irão à praia juntas, estavam conversando a respeito quando a mãe de Fabiana veio pegá-la e à Ana e Eduarda.

Antes de dormir ainda se ligam pra conversar mais um pouquinho. Tem sempre algo que não lembraram de contar. E entre elas, dá pra contar quase tudo.

* * *

Este não é um caso real, é a compilação de uma série de relatos que ouvi nas entrevistas e conversas informais que estabeleci com as meninas. Estas personagens são fictícias,

mas esta poderia ser a descrição de um sábado de praticamente qualquer uma das meninas que encontrei em minha pesquisa. Sábado é um dia especial, e ir ao shopping neste dia é diferente de ir num dia de semana.

No sábado, o ritual de freqüentação do shopping center reserva nuances especiais de sedução, paquera, e, principalmente, de *ver* e ser *visto*.

Elaine: e no shopping, o que vocês mais gostam no shopping? Que faz vocês virem pra cá, bastante?
Raquel (16): se eu pudesse, era pra comprar coisa.
Angélica (15): mas eu acho que é assim, principalmente porque é um ponto de encontro. Ou seja, você tá um sábado de tarde, não tem nada pra fazer, vamo pro shopping que com certeza vamo encontrar gente lá.
Raquel: é certo que vai ter alguma.

Carol (14): [...] que a gente estuda, né, segunda a sexta não vem não, mas quase todo final de semana a gente vem pra cá.
Elaine: quase todo sábado, é?
Carol (14): é quase todo sábado.

Segundo Damaceno (2002), “de um modo geral, o fato de estar em público, a busca da novidade, o jeito de expressar, o olhar e ser olhado, a opção pelo vestir-se de tal ou qual modo, são elementos que condicionam a conquista de status e de inserção social em um espaço determinado” (p. 45).

Ou ainda de acordo com Ariovich et. al.:

“[...] en el shopping no solo los maniqués están para ser mirados. Chicos y chicas van al shopping a mirar personas del otro sexo, y nunca faltan las expectativas de que el juego de miradas termine en una charla y en el pedido de números de teléfono” (ARIOVICH et. al., 2000, p. 39).

A troca de olhares também é uma forma de consumo: vendo o que os outros vestem e usam, as meninas interiorizam as formas adequadas de se apresentar socialmente, interiorizam a aparência legítima. Não é à toa que um dos tópicos principais das conversas entre meninas seja a respeito de roupas e ao modo como outros jovens se vestem. Mas essa questão também será tratada com mais cuidado adiante.

Sábado não é o melhor dia de fazer compras, e por isso o consumo fica mais no campo do simbólico, o que também é observado por Damaceno no caso do shopping Iguatemi de Campina Grande. No sábado o shopping está lotado, o que nem sempre é visto como algo positivo.

Sofia (16): é, dia de semana eu prefiro porque é mais vazio, agora sábado é muita gente, eu não gosto muito não.
Amanda (14): é ruim pra andar, muito cheio.
Sofia: agora tem gente que quer vim sábado porque tem mais gente, né. Daí é diferente, né, cada um...
Elaine: é... o pessoal vem daí porque encontra mais gente, assim, não sei o que. Mas vocês...
Sofia: eu venho preferencialmente dia de semana porque é mais vazio.

Mas se tem gente demais, por um lado, por outro tem mais gente que elas gostariam de ver. A sociabilidade extrapola o grupo de amizade das meninas. No shopping center, é possível estar em contato com outras pessoas, especialmente de meninos, que elas não convidariam para sair junto, como fazem com os amigos, mas que gostariam de compartilhar o mesmo espaço. É a oportunidade para a interação entre grupos e indivíduos e elaboração de sua inserção na sociedade e na cidade, conforme Frúgoli Jr. (1992). Compartilhando o mesmo espaço no shopping center com outros jovens, elas se embriagam de urbanidade e reforçam sua inserção dentro de um determinado contexto social. Afinal, as relações estabelecidas no shopping center não parecem diversificar muito o círculo social destas meninas – as diferenças elaboradas através da sociabilidade estão muito mais na esfera comportamental (os estilos de diferentes grupos, certos hábitos de lazer) do que em classes. Poderíamos dizer que as meninas se relacionam com outros jovens, que, apesar de certas diferenças, compartilham um mesmo *habitus* (BOURDIEU, 1983).

O shopping center, freqüentado de forma ritual pelas jovens, torna-se um espaço “pedagógico”, onde se aprende categorias classificatórias – através dos bens que estão ali para serem consumidos, seja através das compras, seja através do olhar, principalmente através da roupa, que marca diferentes estilos – além de padrões de corpos, estilos e comportamentos legítimos. O aprendizado adquirido no shopping será útil em outros espaços de sociabilidade e lazer freqüentados pelas jovens. Conforme Ariovich et. al. (2000),

“[...] Los jóvenes aprenden en el shopping a utilizar las marcas como base de un sistema de clasificación de las personas. Al mismo tiempo, se familiarizan con saberes prácticos, tales como la capacidad de exteriorizar el propio gusto en bienes ajustados a la o las técnicas de encubrimiento y enmascaramiento necesarias para controlar la imagen de sí. Estas destrezas sirven para manejar el propio cuerpo como instrumento de seducción, y pueden resultar útiles en otros ámbitos frecuentados por los jóvenes, entre ellos, la discoteca. El uso que los jóvenes hacen del shopping está en relación directa con el uso que realizan de la discoteca.” (p. 44).

Ir ao shopping aos sábados é visto pela maior parte das meninas que participaram da pesquisa como uma “saída” tal qual ir para uma boate. Isso pôde ser percebido, por exemplo, em uma das tentativas de encontro com algumas meninas, que justificaram que não iam para o shopping naquele sábado porque iam para a boate à noite. Quando não existe uma outra opção de festa para a noite, o shopping parece fazer este papel de lugar de encontro com outros jovens. Aliás, as meninas que ainda não têm permissão dos pais para irem a boates, afirmam que em

Recife não se tem nada para fazer além de ir ao shopping²¹ – e da parte dos pais não parece haver qualquer restrição com relação às idas delas para este espaço.

Mas as meninas deixam claro que ir ao shopping é muito diferente de ir a uma boate, por dois motivos: a boate exige uma maior produção por parte delas, incluindo uma maquiagem mais pesada e roupas mais sensuais, mais “*fashion*”; e porque o shopping é um espaço mais privilegiado para a conversa:

Elaine: e o que que tem de diferente de vir pro shopping e de ir pra uma boate, por exemplo?

Pollyana (14): ah na boate você fica lá dançando e olhando, e aqui você fica sentada.

Daniela (15): aqui eu acho que você repara mais nas pessoas

Pollyana: é, repara mais nas pessoas.

Daniela: Você tá dançando lá. Aí sei lá.

Elaine: é mais escuro, também, né.

Daniela: a gente se diverte, assim, aqui é diferente o jeito de se divertir.

Pollyana: a gente fica conversando, na boate não dá de ficar conversando.

Daniela: A gente se diverte conversando.

Elaine: e de se arrumar também, tem diferença?

Daniela e Pollyana: tem.

Daniela: pra ir pra boate você se arruma mais, né.

Pollyana: no shopping, dia de semana principalmente você vem mais assim, normal. Aí final de semana você se arruma mais, e pra ir pra boate você se arruma mais ainda.

Elaine: e o que que tem numa boate que vocês não gostam pra comparar tipo com o shopping, que vocês vêm bastante?

Ana Cristina (16): é porque é assim, na boate eu acho que é mais difícil de você ficar conversando, você tem que ficar dançando lá, e rodando, rodando.

Ane Marie (15): não, e na boate todo mundo vai pra procurar alguém pra ficar. No shopping não, você faz o que você quer. E lá na boate sempre tem os com segundas intenções.

Se no shopping se “repara mais nas pessoas” é porque este é um dos tópicos principais das conversas das meninas. E no shopping todos estão lá para verem e serem vistos. Na boate, o intenso ruído causado pela música convida à dança, e não ajuda muito nos bate-papos. Essa diferença entre os dois lugares pode ser sentida de forma positiva pelas meninas – “a gente se diverte, assim, aqui é diferente o jeito de se divertir” – ou de forma negativa – “na boate eu acho que é mais difícil de você ficar conversando, você tem que ficar dançando lá, e rodando, rodando”.

Vista como um ambiente privilegiado para a paquera, na boate os olhares parecem se voltar mais para o gênero oposto. Dizer que lá não se repara tanto nas pessoas talvez signifique dizer que enquanto estão lá o tópico de suas breves conversas não será tanto o modo de se vestir de outras meninas, mas os dotes físicos dos meninos. Isso não quer dizer de forma alguma que a

²¹ Damaceno (2002) também registra que o shopping é visto pelos jovens que o freqüentam, em Campina Grande, como a única opção de lazer.

aparência não conte dentro de uma boate, pelo contrário, este é o espaço que exige o maior cuidado com o jeito de se arrumar. Mas na boate não há oportunidade nem tempo para que isso se torne assunto de conversa.

O que o shopping tem de bom?

Há quase uma unanimidade das meninas entrevistadas em destacar que a melhor coisa no shopping center é a possibilidade de encontrar pessoas – meninos, “o povo”, gente da mesma idade. O shopping é visto como um ponto de encontro.

Elaine: quando vocês vêm pro shopping, o que vocês tão procurando, assim, o que é legal no shopping?

Daniela (15): ah...

Pollyana (14): o povo.

Daniela: é, gente, né. Menino, sei lá, gente.

Pollyana: ficar vendo gente.

Elaine: no shopping center, o que que vocês acham legal aqui no shopping, que faz vocês virem pra cá?

(pausa)

Ana Cristina (16): o clima, sei lá, as pessoas, tem muita gente da nossa idade, sei lá.

Ane Marie (15): os nossos amigos sempre vêm pra cá.

Ana Cristina: é.

Ane Marie: se quiser encontrar eles é só vim pra aqui, dia de quarta-feira.

Ana Cristina: é. É mais fácil de encontrar, o lugar de encontro, sabe que todo mundo, a maioria das pessoas vêm. Principalmente porque aqui na cidade não tem nada de se fazer, só vai pro cinema, cinema, cinema, aí por isso é mais fácil de encontrar. E ainda assim é difícil.

Ane Marie: é.

Ana Cristina: é mais fácil no shopping.

Elaine: e o que que vocês acham que é legal no shopping? O que que vocês mais gostam aqui?

(pausa)

Sheila (15): sei lá. Acho que é porque tem muita gente, assim, o shopping geralmente é um lugar que atrai muitos jovens. Aí geralmente você encontra muita gente da idade da gente, assim que é mais difícil de encontrar em outros lugares.

Poucas meninas citaram as lojas como o que o shopping tem de melhor. As que o fizeram, não tiveram sua posição sustentada pelas amigas, que logo lembraram de serviços de lazer ou da possibilidade de encontrar pessoas.

Elaine: o que que vocês acham que tem de legal no shopping center, o que que tem de melhor aqui?

Amanda (15): loja.

Patrícia (15): e de se encontrar também.

Elaine: é porque vocês gostam de ir no shopping é por causa disso, porque tem loja, lugar pra se encontrar?

Patrícia: é, pra se encontrar, quando a gente vem mais é pra encontrar, mais pra se encontrar assim.

Como eu já disse anteriormente, dizer que o shopping é um ponto de encontro vai além de dizer que lá elas encontrem seus amigos ou colegas. A sociabilidade extrapola este círculo, conforme a fala de Pollyana:

Pollyana (14): de bom no shopping eu acho que é o ponto de encontro do povo. Não exatamente aquele povo que se for fazer um encontro ah, vem aqui pra cá, mas eu digo assim, aquele pessoal que você quer ver mas não quer chamar, entendeu?

Elaine: ah, tá. As pessoas que não necessariamente têm uma relação, mas que tão por perto, assim?

Pollyana: é.

Elaine: fica vendo, aí...

Pollyana: é. As vezes até oi, dá aquele oizinho. Coincidências.

Elaine: às vezes também meninos, que vocês não vão convidar pra aparecer também, tipo umas paqueras também...

Pollyana: é...

A segurança, e o número de lojas agrupadas em um só lugar, que talvez fossem os aspectos mais citados se minha pesquisa tivesse sido feita com adultos, foi destacado por apenas uma das meninas, Ana Luiza, que tem 19 anos e já está na faculdade:

Elaine: o que vocês acham que o shopping center tem de melhor, que é o que vocês escolhem vir pra cá?

Elis (16): cinema.

Karine (15): novidade e cinema. Tem tudo o que...

Ana Luiza (19): aqui é bom porque tá concentrado loja, né? Sem ser aquela coisa de ir pro meio da cidade, aí já tem assalto, é mais seguro assim. Pra comprar roupa também é bem melhor.

Nesta busca pelo o que as meninas mais valorizavam no shopping, portanto, a sociabilidade ganhou um destaque especial. Mas outro dado interessante apareceu quando perguntei o que elas consideravam mais negativo no shopping:

Elaine: e o que que vocês acham que o shopping tem de ruim, assim, que não é legal?

(pausa).

(risos).

Daniela (15): o preço das coisas, né? (risos) é muito caro aqui.

Pollyana (14): e... acho que... nada. Não é nada de ruim, né?

Elaine: tem alguma coisa que vocês acham que não é legal no shopping? Que vocês não gostam muito?

Sheila (15): não.

Pollyana (15): é, não sei, sei não.

O shopping center de fato faz parte do cotidiano das meninas foco desta pesquisa, suas usuárias assíduas. O fato delas não saberem o que dizer a respeito de seus aspectos negativos parece indicar que o shopping é um espaço relacionado com coisas boas – encontrar amigos, passear, se divertir – e que, portanto, não chega a ser “questionado”, embora sua freqüentação

claramente voltada para a sociabilidade não esteja perfeitamente em sintonia com a destinação dos shopping segundo seus agenciadores.

O consumo e as compras

Os shopping centers - assim como os magazines televisivos (programas de TV “femininos”) – segundo Pinheiro (2002), apresentam fronteiras fluidas entre entretenimento e consumo, já que são espaços orientados pela ordem econômica, mas que se projetam também como “lugares” de prazer, de lazer e de entretenimento.

Embora citem os serviços e opções de lazer do shopping mais do que as lojas e os produtos que estão à venda, as meninas que participaram da pesquisa têm o hábito de fazer compras no shopping, em menor ou maior quantidade. Também as compras parecem obedecer a certos rituais.

Em primeiro lugar, quando falam em compras as meninas pensam logo em roupas e sapatos e dizem que são acompanhadas de suas mães. Mas quando conversamos um pouco mais sobre o assunto, percebemos que elas compram também outras coisas.

Elaine: vocês fazem bastante compras aqui no shopping?

Patrícia (15): quando vem mais com a minha mãe, é.

Amanda (15): quando vem com minha mãe, ontem mesmo eu vim, fiz a festa.

Elaine: daí vocês compram o que, assim, mais?

Patrícia: roupa.

Amanda: é, roupa. Blusa, calça.

Patrícia: ... calça.

Elaine: e outras coisas assim, tipo...

Patrícia: ... biquíni.

Elaine: ... bijuteria.

Amanda: ah, eu não compro [...].

Elaine: mas não tem outras coisas que vocês compram de repente com as amigas? Geralmente quando compram é com a mãe mesmo?

Patrícia e Amanda: é.

Patrícia: a maioria é. Só quando é besteirinha assim.

Elaine: e nunca deu vontade por exemplo de vir com as amigas, pra pedir opinião do grupo das amigas também?

Patrícia: não, a gente sempre roda, não sei o que, daí às vezes reserva, aí pra vir no outro dia comprar.

Elaine: quando vem com a mãe já deu uma olhada assim antes?

Patrícia e Amanda: é.

Elaine: vocês também fazem compras, no shopping?

Daniela (15): faço, mas aí venho com a minha mãe.

Pollyana (14): eu também [...] não venho com os amigos aí.

A conversa continua e...

Elaine: e geralmente, o que é que mais vocês compram, aqui?

Pollyana: quando tá com os amigos ou quando tá com a mãe?

Elaine: ah, vocês também compram coisas quando tão com os amigos?

Pollyana: é... comida. quando tá com os amigos...

Daniela: besteira, que você comprar no shopping, assim,

Pollyana: bijuteria.

Daniela: bijuteria, presente.

Elaine: e quando vem com a mãe, aí é...

Pollyana: aí é roupa.

Daniela: é só roupa.

Outro exemplo:

Elaine: quando vocês vêm pro shopping, vocês também fazem compras aqui?

Ane Marie (15): raramente, porque é muito caro.

Ana Cristina (16): raramente, e assim, a gente não se junta pra fazer compras, a gente vem com nossas mães, tal, porque tem o dindim delas, né.

Ane Marie: é.

[...]

Elaine: mas não tem então aquela coisa de sair com as amigas, e uma ficar olhando a outra provar roupa, pra ajudar a comprar?

Ana Cristina: muito difícil.

Ane Marie: muito difícil. Porque a maioria das minhas amigas acho que ninguém compra aqui direito, roupa.

[...]

Elaine: e outras coisas, tipo bijuteria, [...] coisas assim.

Ane Marie: ah não, tem uma loja aqui que é a Berloque, que se eu for no shopping e não passar lá comprar uma piranha (risos) eu não fui pro shopping.

Além disso, antes de irem ao shopping com as mães para efetivarem a compra, muitas vezes as meninas já passaram por um meticuloso processo de escolha. Escolher é muito importante, é um ritual compartilhado geralmente com as amigas.

Elaine: daí quando vocês compram então não é assim de cara vão lá e compram, geralmente vocês ficam namorando?

Amanda (14): é.

Andressa (13): ... será que vale a pena comprar mesmo?

Elaine: e como é que vocês fazem daí? A mãe de vocês dá dinheiro, ou é cartão...?

Andressa: de vez em quando minha mãe dá dinheiro e...

Amanda: geralmente, não, na maioria das vezes eu venho com ela e ela paga.

Andressa: ela paga.

Amanda: eu escolho e depois ela vem e compra.

Andressa: ela paga [...] aí depois se ela puder ela vem e compra aí geralmente minha mãe ela mesmo paga com cartão, ou se não se ela tiver ela paga com dinheiro.

Elaine: daí tipo assim então, vocês vêm com as amigas, vocês tão dando uma voltinha e vocês vêem uma blusinha lá. Daí vocês dão uma olhada em outra loja também. Daí um dia vocês vêm com a mãe pra comprar mesmo?

Amanda: é.

Elaine: ah, tá. E não tem assim aquela coisa das meninas entrarem tudo numa loja, e ficarem provando roupa, e a outra dizendo como é que ficou?

Amanda e Andressa: tem.

Amanda: sempre.

Andressa: sempre tem, quando uma quer comprar uma coisa, aí não vai com a mãe, vem com a gente, e aí, ficou bom, não ficou, não sei que, diz...

Elaine: e aí o que que é importante...? eu queria saber como é que vocês dizem se uma coisa tá bem ou não tá caindo bem pra uma pessoa, assim como é que é?

Andressa: a gente tem que achar o local que a roupa ficou feia. Ah, mas por que ficou feia, eu gostei. Aí tem que dizer, ah, porque ali, ah ficou folgado, ah ficou apertada, ah não ficou bem.

Elaine: ou se não é a barriginha, os pneuzinhos...

Amanda: é, e principalmente é isso, é a barriga. Não, isso tá muito barriga de fora, não, não tá.

A opinião das amigas é tida como a mais parecida com a delas, mas muitas confiam na opinião da mãe ou acreditam que a mãe precisa concordar com o que está sendo comprado.

As coisas especiais, como roupas ou presentes para 15 anos, pedem ainda mais a opinião das amigas, e sua compra pode se tornar um verdadeiro evento (mesmo para as meninas que não costumam comprar na companhia de amigas):

Amanda (14): [...] Tem festa de 15 anos, aí junta todo mundo, aí vem pro shopping e compra um presente só aí todo mundo dá opinião.

Ana Cristina (16): a gente veio o ano passado, uma vez...

Ane Marie (15): ...uma vez eu e ela, raríssimo, que eu não sabia o que usar no meu aniversário de 15 anos, aí ela veio me ajudar. Mas fora isso...

Seja com quem for, a companhia ideal para escolher as coisas a serem compradas é a que tem paciência, o que aponta para o fato de que este é um processo demorado e meticuloso.

*Pollyana (14): é que não é todo mundo que tem **paciência**, né, de ficar vendo você experimentando um monte de roupa. (risos)*

Elaine: a mãe tem mais paciência que as amigas, é?

Pollyana e Daniela (15): tem...

Elaine: e eles têm paciência pra ficar esperando 5 horas vocês escolherem?

Ayesha (13): meu pai tem.

Cristiane (13): minha mãe tem, que ela demora do mesmo jeito.

Ayesha: minha mãe não, ela fica sentada e tal, quer ir embora. Tô passando mal, tô passando mal. Meu pai não, meu pai é a maior limpeza.

Resumindo, o critério para a companhia para escolher é a paciência. Por isso, as meninas podem ser acompanhadas das mães, dos pais ou, o que acontece geralmente, das amigas. Já para efetivar a compra, geralmente a companhia ideal é a mãe, que é quem “tem todo o capital”.

Elaine: e quando é pra fazer compras, digamos assim, vocês querem comprar uma roupa, com quem que vocês vêm daí?

Cristina (15): com a mãe da gente.

Elaine: com a mãe?

*Carol (14): aí tem vez que ela sai assim com a mãe dela assim aí ela leva uma amiga, tá ligada...
Cristina: pra ajudar a escolher, pra escolher. Pra escolher melhor, entendeu. E sempre tem que tá com a mãe, que ela vai pagar. [...]
Elaine: é a mãe pra pagar e a amiga pra dar opinião, é?
(risos).
Carol e Cristina: é.*

Embora muitas meninas recebam mesada, esse dinheiro é investido em outras coisas:

*Pollyana (14): é, ninguém gasta do seu dinheiro, aí quando vem com a mãe...
Amanda (14): [...]
Elaine: ah... mas vocês recebem dinheiro de mesada?
Amanda e Pollyana: abam.
Elaine: e aí quando vem com a mãe a mãe é que paga, não é do dinheiro da mesada?
Amanda e Pollyana: é.
Elaine: aaah.
Amanda: o dinheiro da mesada vai todo embora só pra show, pra shopping, pra qualquer canto assim que vai é com a minha mesada. Aí roupa, essas coisas, minha mãe compra.*

As meninas também apontam que os meninos são diferentes quanto aos hábitos de fazer compras. Eles não parecem ver as compras como uma atividade que os diverte, por isso não costumam tomar a iniciativa de comprar roupas, por exemplo:

*Elaine: essa coisa de fazer compras no shopping, vocês acham que meninos é diferente que eles fazem mais compras, menos compras?
Amanda (15) e Patrícia (15): menos compras.
Amanda: muito menos.
Patrícia: só se é preciso mesmo, que é obrigado.
Amanda: [...] eles nunca tomam iniciativa.
Patrícia: é quando eu tô precisando mesmo.*

Na entrevista que contou com a participação de dois meninos, essa diferença ficou bem explícita.

*Elaine: essa coisa de fazer compras, é diferente menino e menina no shopping, de querer comprar as coisas?
Ayesha (13): lógico, eu acho...
Cristiane (13): eu acho que mulher é bem mais vaidosa, entendeu, por isso que ela para em toda vitrine
Ayesha: quer olhar tudo...
Cristiane: que ver perfume, jóia, celular, relógio, biquíni, chinelo, tudinho, entendeu.
Ayesha: é tudo. Homem não.
Carlos (15): eu não. Eu sei qual a loja que eu vou, vou naquela loja, compro e saio.
Cristiane: um homem quando assim, pelo menos eu acho que quando ele vai sair ele já sabe onde ele vai comprar e tal, mas mulher não, ela roda o shopping inteiro, aí vai numa loja, ah não, mas eu quero aquela blusa, sei lá o que. Aí é horrível. Eu mesmo passo umas cinco horas escolhendo roupa. É sério.*

Carlos, que geralmente vai fazer compras com a avó, disse que ela é que insiste para que ele escolha um pouco mais as roupas que vai levar:

Carlos (15): ... não quer dar mais uma olhada não? – Não, essa aqui tá boa. – Tem certeza? – Tenho, quero, essa aqui tá boa. – tá muito grande pra tu. – Não se preocupe não, essa aqui tá boa.

Pinheiro (2002) lembra que “há uma tradição e uma visão consensual de que a relação consumo-entretenimento é uma atividade muito mais vinculada à mulher” (p. 2). Mas para a autora, o que aconteceu é que “o mercado, ao descobrir o poder de decisão de compra das mulheres na sociedade contemporânea”, investiu “mais em publicidade e *merchandising* nos programas dirigidos às mulheres” (p. 2).

“Pelo olhar do desejo e da satisfação, processa-se uma justaposição que se inscreve na lógica do mercado que usa o consumo como estratégia de entretenimento ou o entretenimento como estratégia para consumir, visando uma fatia específica do mercado: o sexo feminino.” (PINHEIRO, 2002, p. 6).

A autora então aborda o tema de forma diferenciada, no qual o “consumo como atividade de entretenimento entre mulheres passa a ser visto como uma relação que existe em função do poder de decisão que a mulher assume na família.” (p. 2):

“o consumo não pode ser considerado um ato banal e naturalizado como 'coisa de mulher'. Tem de ser visto como um ato que mudou a vida das mulheres no início do século e continua mudando até hoje. Assumindo outro lugar, o de consumidora, a mulher passa a vivenciar a vida da cidade à maneira de flâneur. Esse papel não é mais exclusividade masculina.” (PINHEIRO, 2002, p. 7).

O shopping center, portanto, se configura para as meninas como um espaço de aprendizado de hábitos tipicamente femininos, como o ato de fazer compras. Para elas, é importante aprender a escolher, e aprender que a escolha é algo extremamente importante. Treinar a escolha supõe treinar o gosto. Segundo Bourdieu (1983), “o gosto, propensão e aptidão à apropriação (material e/ou simbólica) de uma determinada categoria de objetos ou práticas classificadas e classificadoras, é a fórmula generativa que está no princípio do estilo de vida” (BOURDIEU, 1983, p. 83).

É através de preferências sistemáticas que o *habitus* se exprime e que os estilos de vida se constroem:

“o estilo de vida é um conjunto unitário de preferências distintivas que exprimem, na lógica específica de cada um dos subespaços simbólicos, mobília, vestimentas, linguagem ou *hexis* corporal, a mesma intenção expressiva, princípio da *unidade de estilo* que se entrega diretamente à intuição e que a análise destrói ao recortá-lo em universos separados” (BOURDIEU, 1983, pp. 83-84).

Segundo Suassuna (1996), “o simbólico está associado à materialidade, bem como, a materialidade está associada ao simbólico, formando a dupla face do consumo” (p. 49). Entender práticas de consumo, portanto, passa por um exercício de compreensão tanto dos aspectos mais materiais – os objetos comprados – como das esferas simbólicas que rodeiam estes objetos e constroem as representações e valores destes, transformando-os em signos.

Não conseguirei aqui esgotar essa tarefa, principalmente por não ter, durante a pesquisa, me preocupado tanto com a dimensão da materialidade. Mais claramente que as características distintivas dos *objetos* consumidos, pôde-se perceber o valor de distinção do *lugar* das compras (o shopping). Os discursos construídos pelas jovens “justificando” sua opção por comprar roupas no shopping podem ser vistos, dessa forma, como explicações secundárias para todo um conjunto de preferências que distingue sua posição (de classe, de comportamento), seu *habitus*.

Para Suassuna, “os sujeitos assimilam e incorporam o sentido do discurso sobre aquilo que usam, e esse discurso é construído e manipulado visando a contribuir para a produção das diferenças, sejam elas de nível social, etário ou até mesmo racial” (SUASSUNA, 1996, p. 52).

Tendo o discurso como verbal e não-verbal, a autora analisa o discurso da diferença construído no universo do shopping center como forma de demarcar posições sociais e espaços físicos. A forma de usar indumentária, o modo de caminhar e de colocar o corpo são vistos como expressões de linguagem que produzem o discurso que distingue grupos sociais (SUASSUNA, 1996).

No caso das meninas desta pesquisa, esse discurso sobre o que elas usam, ou melhor, sobre onde compram o que usam, está também associado ao discurso do bom-comportamento: é *a cidade*²² que não é um lugar apropriado para freqüentação, uma vez que é suja, perigosa, feia, longe... uma série de adjetivos de cunho negativo.

A preferência pelo shopping, portanto, pode ser vista como distintiva de uma posição social, compartilhada por todas as meninas foco desta pesquisa, que compartilham um mesmo *habitus*.

²² Como se chama, em Recife, o centro da cidade.

5. Questões E Relações De Gênero

Juventude e algumas “questões de gênero”

Segundo Balandier, as relações entre as gerações, enquanto relações sociais elementares e com “dinamismos sociais resultantes do equilíbrio precário entre cooperação e oposição” que estabelecem, “se situam no mesmo nível das relações sociais instauradas entre os homens e mulheres” (BALANDIER, 1976, p. 72). Da mesma forma como acontece com a idade, as diferenças entre os sexos são manipuladas, valoradas e classificadas socialmente, tornando-se critérios de hierarquização e de reprodução cultural.

A distinção entre os sexos, enquanto classificadora natural e universal, sempre mereceu a atenção dos antropólogos e era recorrente nos estudos de organização social e parentesco²³ (SUÁREZ, 1997). Mas as diferenças entre mulheres e homens não são objeto de estudo da Antropologia até os anos 30, quando se começa a falar em “papéis sexuais”, enquanto construção de masculino e feminino, e sobre a sexualidade. Os papéis sexuais seriam os padrões ou regras arbitrárias estabelecidas por uma sociedade para definir os comportamentos, roupas, modos de se relacionar ou de se portar adequados para seus membros – homens e mulheres. Esta concepção hoje se mostra redutora e simplista, pois remete a análise para os indivíduos e para as relações interpessoais. Desta forma, as múltiplas formas de assumir masculinidades e feminilidades e as redes de poder que hierarquizam os gêneros não podem ser analisadas (LOURO, 1999, p. 24).

Foi com a noção de gênero, a partir dos anos 70, que as diferenças e as relações entre homens e mulheres passaram a serem estudadas para além dos critérios biológicos. Por gênero entendemos a

“dimensão dos atributos culturais alocados a cada um dos sexos em contraste com a dimensão anatofisiológica dos seres humanos. A expressão assinala o que vem sendo cunhado como perspectiva construtivista em oposição à uma postura essencialista que poderia ser imputada, por exemplo, ao termo papéis sexuais. Ele destaca o privilegiamento da dimensão de escolha cultural e pretende descartar alusões a um atavismo biológico para dar conta das feições que o feminino e o masculino assumem em múltiplas culturas.” (HEILBORN, 1992, p. 1).

Gênero se refere à construção social do sexo – “aos papéis e valores que o constituem em dado momento histórico, em uma sociedade particular, englobando o sexo biológico” (SACCHI, 2001, p. 3). O que os homens e mulheres são, portanto, não é fruto de dados biológicos, mas de relações sociais e culturais (SACCHI, 2001).

²³ Suárez (1997) lembra que para Morgan a mudança da descendência feminina para a masculina marca a emergência da “civilização”. Segundo Engels, que trabalha com o mito do matriarcado primitivo, as mulheres perderam poder devido sua incapacidade de administrar. Para Lévi-Strauss, a diferença entre os homens e as mulheres e a troca de mulheres é o básico para garantir aliança.

A noção de gênero tem ao mesmo tempo o caráter de ferramenta política e de ferramenta analítica (LOURO, 1999). Scott ressalta gênero enquanto categoria analítica ao afirmar que a noção é “um meio de decodificar o sentido e de compreender as relações complexas entre as diversas formas de interação humana” (SCOTT, 1990, p. 16).

É importante sublinhar que se as relações entre gerações estão no mesmo nível das relações entre os sexos, por serem relações sociais elementares, como afirma Balandier, enquanto categorias sociais estes dois tipos de relações possuem profundas distinções. Não podemos afirmar que idade está para geração (ou juventude) assim como sexo está para gênero sem fazer ressalvas. A relação entre juventude/geração e idade é mais complexa, em primeiro lugar porque se trata de critérios hierarquizantes que são superados com o passar do tempo, fazendo com que o indivíduo que se situa num nível subordinado passe a fazer parte do grupo dominante em algum momento de sua vida, ou vice-versa. As relações entre os sexos são mais estáticas neste sentido, pois é mais provável que o indivíduo que nasça homem morra homem (LEVI e SCHMITT, 1996; BRITTO DA MOTTA, 2000).

Em segundo lugar, enquanto a noção de gênero parece enriquecer a análise das diferenças entre homens e mulheres, entender juventude como uma categoria social, de certa forma “negando” o aspecto biológico da juventude, talvez não seja tão fecundo. Como já afirmei, acredito que ao relativizarmos ao extremo a questão, corremos o risco de criar uma categoria vazia de significados e analiticamente muito frouxa.

Além disso, a Antropologia avançou bastante nos estudos de gênero, enquanto o debate sobre juventude tem sido levado a cabo principalmente por sociólogos e psicólogos. Trabalhos que cruzem os dois temas são ainda mais escassos.

Embora juventude e gênero pareçam categorias tão proximamente localizadas, os estudos sobre juventude não têm tido uma perspectiva de gênero. Neste sentido, haveria dois pontos a serem considerados. O primeiro, está relacionado com o movimento “fundador” e propagador da noção de gênero – o feminismo – que tem deixado de lado as classificações etárias. É Britto da Motta quem faz uma crítica ao feminismo por discutir a “produção das diferenças e das subjetividades conflitantes” (classe, poder familiar, raça), mas deixar de lado “a própria condição etária das mulheres” (BRITTO DA MOTTA, 2000, p. 1). A autora se pergunta:

“[...] para onde foi o grande afo de criação teórica do feminismo [...] que não vê porque se ocupar da dimensão de idade e geração, categorias relacionais e da experiência, como gênero, raça e classe e determinantes de diferenças e de desigualdades como estas!” (BRITTO DA MOTTA, 2000, p. 5).

O segundo ponto se refere aos próprios estudos sobre juventude. Segundo Reguillo Cruz, freqüentemente assinalamos a ausência de mulheres jovens nos estudos, mas esquecemos a ausência de homens jovens nestes trabalhos. Para a autora, “en la literatura disponible se tiende a

una generalización que invisibiliza la diferencia de género” (REGUILLO CRUZ, 2000, p. 91). O enfoque geral dado à juventude, segundo a autora, não atende às diferenças de participação, representação e expressão entre meninas e meninos. É possível assim ter uma idéia de porque é tão difícil encontrarmos trabalhos onde as categorias idade e gênero são relacionadas. Em todas as abordagens “clássicas” sobre juventude, gênero não tem aparecido como uma categoria analítica relevante. O máximo que se consegue avançar neste sentido é refletir um pouco sobre os papéis sexuais dos jovens e as diferentes formas de socialização de meninos e meninas.

Atualmente, têm-se invocado muito a pluralidade das manifestações e identidades juvenis. Bourdieu fala da necessidade de se distinguir em pelo menos dois tipos de juventude, a burguesa – adolescente – e a trabalhadora – sem direito à adolescência (BOURDIEU, 2000). Ser jovem na cidade ou no meio urbano, em cidades pequenas ou em grandes metrópoles, na classe média ou na pobreza, negro, branco ou índio, não é a mesma coisa. Mas ser jovem homem ou jovem mulher talvez contenha uma diferenciação básica, até hoje muito pouco abordada e que talvez contenha a chave para se compreender de um modo um pouco mais coerente *as juventudes*.

Segundo Feixa (1998), as distinções de gênero merecem uma atenção particular nos estudos sobre juventude, pois o acesso à vida adulta nunca tem o mesmo significado para homens, para as mulheres e para os que se descrevem como de um “terceiro sexo”:

“de hecho, la transición juvenil es esencialmente un proceso de identificación con un determinado género, aunque a menudo se haya confundido con un proceso de emancipación familiar, económica e ideológica, que históricamente ha sido privilegio casi exclusivo de los varones (y aún entre ellos, de los pertenecientes a determinados estratos sociales). Ello explica el por que, hasta fechas muy recientes, las imágenes sociales predominantes de la juventud se hayan asociado inconscientemente a la juventud masculina.” (FEIXA, 1998, p. 19).

Para Feixa, as culturas juvenis têm sido vistas como fenômenos exclusivamente masculinos. Enquanto a juventude é definida como um processo de emancipação da família de origem e de articulação de uma identidade própria — o que é expresso normalmente no mundo público ou do trabalho — para as moças a sua juventude tem consistido habitualmente no trânsito de uma dependência familiar à outra, reduzido à esfera privada. O autor destaca que a reclusão feminina ao espaço doméstico acaba por restringir o acesso das meninas à rua ou aos locais de ócio, espaços privilegiados das culturas juvenis. Ao mesmo tempo, as galeras são vistas como um fenômeno de afirmação da virilidade, o que se reflete em suas atividades violentas e em sua estética agressiva. Nas associações juvenis, no *rock*, nas atividades de ócio, no radicalismo político, as meninas parecem ter permanecido “invisíveis” (FEIXA, 1998).

Com Heilborn (2002), somos levados a pensar que as mudanças na sexualidade juvenil nos levam ao debate sobre gênero. Na centralidade do ócio e do lúdico na vida juvenil, a

erotização tem colocado meninas e meninos em novas posições, e para entender isso precisamos estudar as gerações a partir de uma perspectiva de gênero.

“A cultura juvenil arma-se assim sobre uma ética de vida que privilegia o lúdico e a imagem, regida por valores de ordem estética e hedonista. São essas as dimensões que adquirem expressão identitária para a ‘juventude’ contemporânea, funcionando como uma referência que extrapola a mera proximidade etária, ainda que possamos sempre lembrar que classe e gênero introduzem importantes modulações nesse cenário” (HEILBORN, 2002, p. 414).

Suárez nos fala da representação das mulheres como sujeitos incompletos: os antropólogos preferem examinar os modelos sociais masculinos ou exprimidos pelos homens — “os sujeitos completos socialmente e, portanto autorizados para se explicarem, evitando as expressões das mulheres”. Os antropólogos sentem-se obrigados a observar o comportamento correto. As mulheres são *mute groups*, pois os pesquisadores partem do suposto de que são os homens que controlam a informação²⁴ (SUÁREZ, 1997, p. 36-37). Ainda para Suárez, a solução desse problema está na experiência etnográfica: “é preciso observar e descrever o que as mulheres realmente fazem e pensam em vez de escutar o que outros dizem que elas fazem e pensam. [...] O etnógrafo precisa abrir o espaço de fala para aqueles que não o possuem por desígnios culturais” (SUÁREZ, 1997, p. 44).

É a partir dos anos 80 que se começa a questionar o olhar dado às mulheres nos estudos sobre juventude e se começa a incluir as meninas de forma um pouco mais positiva nos trabalhos. Os primeiros trabalhos sobre juventude que têm uma perspectiva de gênero têm como objetivo dar visibilidade às meninas. Garber & McRobbie (1996), autoras da Escola de Birmingham, são um marco neste sentido. O trabalho das autoras no livro “Resistance through rituals” faz uma crítica aos estudos sobre juventude por enfocarem mais o desviante que o convencional, mais os adolescentes de classes trabalhadoras que os de classe média e, o mais importante, mais os rapazes que as garotas. Segundo as autoras, o foco dos estudos geralmente cai sobre o aspecto violento das subculturas, e assim as mulheres tendem a ser excluídas. A ênfase é dada em grupos masculinos, preocupações masculinas, valores masculinos. Quando as mulheres aparecem geralmente é em relação a papéis mais inócuos, como, por exemplo, a sexualidade permissiva. Segundo as autoras, talvez as meninas/mulheres não tenham um papel vital nas subculturas, mas pode ser que a ênfase masculina nas pesquisas reforce a concepção de subculturas como predominantemente masculinas.

As autoras incorporam a dimensão crucial de sexo e gênero, e entendem que os padrões da subcultura são os mesmos para os rapazes e as garotas, mas elas estão necessariamente mais marginalizadas em cada dimensão. Para Garber & McRobbie, a

²⁴ O olhar corrente sobre as crianças e jovens, baseado num paradigma desenvolvimentista, também os vê como seres incompletos, não-sociais, ou ainda-não-sociais (CASTRO, 2001).

marginalidade das garotas não é o melhor caminho para representar sua posição nas subculturas. A posição delas pode não ser marginal, mas estruturalmente diferente. Elas podem ser marginais para as subculturas não simplesmente porque elas são empurradas pela dominância dos homens para as margens de cada atividade social, mas porque elas são centrais numa diferente e necessariamente subordinada cadeia de atividades. As análises deveriam partir não de sua marginalidade, mas de sua secundariedade estruturada. Se as mulheres são marginais para as culturas masculinas do trabalho, é porque elas são centrais para a subordinada e complementar esfera da família. Se as meninas são “marginais” e/ou “passivas” no *rock*, na sexualidade e na política, é provável que em sua vida a vizinhança, os fãs clubes, etc. ocupem um lugar central na sociabilidade feminina. Não se pode esquecer que as meninas, assim como os meninos, vivem sua juventude numa multiplicidade de cenários (FEIXA, 1998; Garber & McRobbie, 1996, p. 211).

Para pensar as meninas segundo sua secundariedade estruturada, Garber e McRobbie (1996) falam de uma “cultura do quarto”: as meninas são vistas, desta forma, negociando um espaço diferente e oferecendo um tipo diferente de resistência, que em parte pode ser vista como sua subordinação sexual. Esse olhar só é possível, segundo as autoras, quando a dimensão da sexualidade é incluída no estudo de subculturas juvenis.

Já para Wulff (1995), as garotas não estão confinadas nos seus quartos, pelo contrário, elas são notórios e visíveis atores nas esquinas, no pátio da escola, no clube das garotas, atarefadamente explorando a vida (Wulff trabalha com um grupo interétnico de moças em Londres no início dos anos 80, e se volta para a política de igualdade étnica e as dinâmicas de relações pessoais de amizade entre as garotas do grupo).

Este trabalho não está preocupado com a visibilidade das meninas. Embora um dos objetivos do projeto tenha sido *identificar a participação e o espaço das meninas na cultura juvenil*, o amadurecimento da questão me permitiu perceber que o importante seria poder dizer alguma coisa sobre como as meninas vivem suas juventudes, e não imaginar que elas fazem parte de uma cultura de jovens mais abrangente. Aliás, meninos e meninas, homens e mulheres, são todos multiculturais (WULFF, 1995) e por isso escolhi pensar sobre as meninas a partir de suas microculturas e não através do espaço que elas ocupam em uma cultura juvenil ou uma subcultura.

Frith (1984) analisa as principais críticas à teoria subculturalista e levanta pontos muito relevantes para pensar a juventude feminina. Para o autor, analisar as culturas juvenis em termos de *normas de comportamento* nos ajuda a esclarecer diferenças entre rapazes e moças. Existem diferentes normas de tempo livre para eles e elas (em geral os meninos têm mais tempo livre e o aproveitam mais na rua, enquanto as meninas têm obrigações domésticas desde cedo).

Além disso, diferentes regras sexuais regulam as expectativas sobre o tempo livre de meninos e meninas – elas precisam garantir para seus pais que não correm risco de atividade sexual. A sexualidade dos meninos não é vista como um problema.

Mas pensar em gênero enquanto uma categoria analítica útil para entender a juventude é buscar um exercício que vai além de incluir as mulheres nas análises teóricas da vida social. Aliás, isso não significa conseguir desnaturalizar o universo feminino mostrando o caráter eminentemente social do gênero (SACCHI, 2001). De fato, as mulheres estiveram sempre presentes nos relatos etnográficos. O problema é “o modo como foram representadas nestes textos”. Elas sempre estiveram presentes através da sua negação sistemática e persistente (a negação de sua integridade social, psíquica e emocional) (SUÁREZ, 1997, p. 34).

A contribuição da noção de gênero para a compreensão das juventudes está ligada a sua importância enquanto constituinte da *identidade* dos sujeitos. E aqui devemos lembrar que estas identidades são plurais, múltiplas, fragmentadas e em constante mutação:

“as identidades são sempre *construídas*, elas não são dadas ou acabadas num determinado momento. Não é possível fixar um momento — seja esse o nascimento, a adolescência, ou a maturidade — que possa ser tomado como aquele em que a identidade sexual e/ou identidade de gênero seja ‘assentada’ ou estabelecida. As identidades estão sempre se constituindo, elas são instáveis e, portanto, passíveis de transformação.” (LOURO, 1999, p. 27 – grifo da autora).

Segundo Louro (1999),

“ao afirmar que o gênero institui a identidade do sujeito (assim como a etnia, a classe, ou a nacionalidade, por exemplo) pretende-se referir, portanto, a algo que transcende o mero desempenho de papéis, a idéia é perceber o gênero *fazendo parte* do sujeito, constituindo-o.” (LOURO, 1999, p. 25 – grifos da autora).

Desta forma, a inclusão da noção de gênero nos estudos sobre juventude contribui para o que Elisabeth Jelin chama de uma perspectiva dos jovens como *sujeitos com identidade*. Ao invés de olharmos os jovens a partir do ponto de vista dos adultos e defini-los em termos positivos (recursos humanos) ou negativos (problemas sociais), incorpora-se assim um olhar sobre os jovens por eles mesmos:

“quiénes son, cómo manifiestan sus identidades, qué prácticas y patrones desarrollan como propios, cómo reaccionan a los parámetros de un mundo social, económico, político, cultural, construido desde afuera, por el mundo adulto. [...] Poco sabemos sobre cómo los jóvenes, y especialmente los de los sectores populares, ven su inserción en el mundo social, presente y futuro, que les permita superar la visión dominante que los ubica en un lugar de ‘problema social’ y de ‘víctimas.’” (JELIN, 1994, p. 96).

Da mesma forma, pouco sabemos sobre como as meninas vêem sua inserção no mundo social, como constroem suas sociabilidades e vivem suas juventudes.

“Namoro é o perfeito”: as relações de gênero

Colocando o debate para o campo social (já que as diferenças biológicas têm menos importância) o uso da noção de gênero coloca um forte apelo relacional – é no campo das relações sociais, entre homens e mulheres, e/ou entre mulheres, e/ou entre homens que se constrói o gênero. Além disso, coloca-se um pensamento mais plural sobre homens e mulheres (LOURO, 1999). É justamente este aspecto relacional entre os sexos que é privilegiado aqui. A partir das entrevistas, conversas e observações, foi possível captar uma série de dados sobre as expectativas das meninas no que diz respeito a suas relações com os meninos, e também sobre a visão das meninas com relação às expectativas que elas entendem que eles têm destas relações. Alguns meninos também foram ouvidos, em nome deste caráter relacional da dimensão de gênero, mas a maior parte das informações parte da perspectiva das meninas, que foram os sujeitos da pesquisa.

As jovens distinguem claramente três tipos de relações afetivo-amorosas: o “ficar”, o “rolo”, ou “rolinho”, e o namoro.

O “ficar” é a relação sem compromisso, que dura no máximo algumas horas e na qual não existe um envolvimento entre os parceiros. Está mais no plano da atração. O que mais importa na escolha de um “ficante” são seus atributos estéticos, o que não quer dizer que não exista também uma série de regras que regulem este tipo de relação.

Um casal que fica uma vez não deve nenhum tipo de fidelidade um ao outro. Alguns jovens até ficam com mais de um parceiro numa mesma ocasião – que não parece ser algo muito aceito por parte das meninas, o que demonstra que a falta de compromisso tem seus limites.

Em geral, nenhum namoro se inicia sem que antes o casal “fique” algumas vezes. Dessa forma, o “ficar” é uma relação de experimentação, que pode se transformar em um namoro.

Daniela (15): *Aí outras meninas já vão ficando, aí vejam que vai dar futuro aí começam a namorar, namora.*

Elaine: *vão ficando pra tentar namorar com um deles?*

Pollyana (14): *é, pra ver se vai dar certo o namoro.*

Carol (14): *[...] porque tem menina assim, que quando namora, tem que sempre primeiro que ficar, né. Ai fica, fica, fica, depois de um mês, dois meses, aí começa a namorar. Que é muito difícil um menino chegar pra uma menina quer namorar comigo logo de cara. Primeiro ficar, ficar, aí com o tempo, ah, vamo namorar. Mas é muito raro mesmo chegar pra uma menina quer namorar comigo, assim logo assim direto, né. É muito raro. O menino geralmente fica, aí depois ele começa a namorar. Mas tem outros também que fica, fica, e depois, despacham, sabe? Menino, assim, no caso.*

Elaine: *mas daí como é que é, tem vontade de namorar, e enquanto não consegue encontrar um namorado vai ficando? Como é que é isso?*

Patrícia (15): não sei. Quando a pessoa tá assim a fim mesmo, quando tá gostando mesmo, ela começa ficando. Sempre tem que ficar antes.

Angélica (15): porque é praticamente certo, você nunca vai começar um namoro sem ficar antes. Tem sempre tem que ter aquele rolo, sempre tem que ter, sempre tem que namorar, e tal.

Embora seja uma prática de todas as meninas que participaram da pesquisa, parece haver diferentes nuances de representações do “ficar”. O fato de nenhum namoro se iniciar sem que o casal “fique” algumas vezes, faz com que algumas meninas canalizem suas expectativas de modo a ver cada “ficada” como uma possibilidade de início de namoro. E nesse jogo é o menino quem tem o controle da situação, quem “manda”, conforme podemos perceber claramente na fala de Carol: “o **menino** geralmente fica, aí depois **ele** começa a namorar. Mas tem outros também que fica, fica, e depois, **despacham...**”

Já outras meninas, como Pollyana, preferem “aproveitar”, como disse uma das meninas entrevistadas (uma que não “aproveita”, pois é mais seletiva quanto a seus pares). Pollyana às vezes parecia querer chocar com suas colocações, bem diferentes das feitas pelas outras meninas, mas que merece ser citada:

Pollyana (15): eu já namorei, agora é só ficar. Namorado é muito ruim. É aquela lei de ou você bota gaia ou você leva (risos das outras meninas). Não é não? Ou você bota ou você leva. Diz por aí que quem bota não leva...

Elaine: ... fala mais sobre isso aí, qual a diferença de namorar e de ficar? O que que é melhor?

Pollyana: namorar, é você só com aquela pessoa. Você vai pr'um lugar você tem que ligar, e não sei o que, aí se o menino não vai aí já fica aquela coisa, aí, não quero ir não, não sei o que. Ficar não, ficar você tipo fica com um aqui, você vai ali beija outro, porque é uma coisa sem pedir satisfação. É melhor por isso, porque você não tem que dar satisfação a ninguém.

[...]

Pollyana: não, se um menino chega aqui e pede pra ficar comigo, ele é bonito, eu fico. Agora, se eu vou ali beber água, fazer alguma coisa tipo que eu não vou voltar pra esse menino, e outro menino mais bonito que aquele pede pra ficar comigo, aí eu fico de novo. Aí entende, né, assim sucessivamente.

Quando um menino e uma menina “ficam” em várias ocasiões seguidas, isso configura um “rolinho”. O “rolinho” ainda não é uma relação na qual se tenha um compromisso com o parceiro, não se exige fidelidade do “rolinho”.

É nesse tipo de relacionamento que se encontram as maiores angústias e ansiedades das meninas. Embora conheçam as “regras” do “ficar” e do “rolo”, elas parecem nutrir maiores esperanças de iniciar um namoro, e nem sempre são correspondidas pelos meninos. É comum as meninas começarem a “ficar” com um menino e perderem o interesse de procurar conhecer ou “ficar” com outros. Quando se inicia um “rolinho”, muitas meninas agem como se estivessem namorando, embora não verbalizem suas intenções de forma clara para eles. A expectativa de

compromisso das meninas está geralmente um nível acima do esperado para cada relação – quando gostam de “ficar” com um menino têm a expectativa de que vire um “rolinho”; quando estão de “rolo” com alguém, já não “ficam” com outros, mantendo-se fiel, ao menos ao seu desejo.

Elaine: e as outras meninas, amigas de vocês, a maior parte namora, não namora, fica, como é que é?

Raquel (16): fica, fica ficando de rolo, assim, né. Hoje em dia o pessoal até brinca, assim, que ficar tá fora de moda. A moda agora é rolo, né. Porque ficar... fica hoje...

Angélica (15): amanhã não fica mais, fica só uma vez.

*Raquel: aí fica naquela, é rolo, aí é o que tem mais gato, assim, sem ser namoro. **Que namoro é o perfeito**, assim. Mas aí fica assim aquela confusão, assim, ai meu Deus, será que ele vai ligar?*

Angélica: agora é bem complicado, porque tipo, você fica, poxa, eu tô de rolo com ele. Eu não vou ficar com mais ninguém, mas ele tá ficando com um monte de gente, velho, que coisa. Que homem é assim, né.

Elaine: é, é diferente menino e menina?

Angélica: é diferente, é bem diferente, porque homem você fica hoje, aí vai ficar um rolo, mas ele continua ficando com outras pessoas. É incrível. Você não, aí você fica, mulher é sempre aquela coisa, né

Raquel: ele é o homem da minha vida, vou casar com ele.

Angélica: aí tipo... ah, eu tô ficando com ele, então não vou ficar com mais ninguém, porque mulher tem aquela criação.

Raquel: porque perde o interesse mesmo. Eu mesmo, aí a gente sai assim, aí fica sem graça ir nos lugares assim quando não tá, vai dar vontade de sair? Ah, ele não vai tá lá, pra que eu vou?

Elaine: ah tá. Mas então a menina acaba agindo quase como se fosse uma namorada, mesmo que não esteja namorando.

Angélica: é, age como uma namorada, só que...

Raquel: pior ainda, mais ciúme, assim, porque sabe que ele...

Elaine: mas tem consciência que não é?

Angélica: às vezes não tem consciência. Mas é aquela coisa, tem que ter consciência que você não tá namorando o cara, você só está ficando, você não tem nada, então se você vê ele ficando com outra pessoa você tem que engolir, tem que ficar calada. Mas é meio complicado. Essa história de rolo é bem...

O *namoro* é a relação mais fixa e com compromisso. É o grande desejo da maioria das meninas, sendo as outras formas de relacionamento vistas como preparação ou oportunidade de se iniciar um namoro.

Elaine: mas eu queria ter uma idéia de como é mais ou menos a situação, se as meninas tão querendo mais ficar, ou se tão mais querendo namorar.

Angélica (15): na nossa situação? Assim, é aquela coisa, depende do que vier. Eu quero namorar, viu, por favor. Mas é aquele tipo de coisa, depende da, por que às vezes você tá naquela época, eu não quero namorar, não quero dá satisf..., só quero curtir. Mas às vezes tá naquela, não, eu quero alguma coisa, depois você se sente só, e tal. Eu quero namorar, quero levar a sério.

*Raquel (16): eu assim, eu acho que **a maioria do pessoal tá mais querendo namorar. Agora fica em busca de um namorado**, sabe.*

Elaine: mas vocês acham assim que as meninas têm vontade de namorar? Tipo você assim que nunca namorou, você tem vontade?

Bruna (15): tenho.

Elaine: apesar dos pesares, né.

*Bruna: é porque assim você, **não é uma coisa passageira, é uma coisa que você vai conhecer a outra pessoa, você não vai ficar passando de menino em menino, você vai ficar só com aquele.**[...]*

O namoro implica na publicização da relação. Se os pais e familiares dificilmente sabem quando suas filhas “ficam” ou têm “rolinho”, eles sabem quando elas estão namorando. Geralmente também conhecem seus namorados, que passam a freqüentar suas casas. Esse acaba sendo um critério na decisão de namorar ou não namorar um menino – o namorado deverá estar disposto a iniciar estas relações com os familiares.

Mas encontrar um namorado não é tarefa fácil. Com um sorriso no rosto, Raquel (16 anos) responde: “Querida, porque que você foi tocar nesse assunto traumático?”, quando lhe pergunto se tem namorado. Ter (ou não ter) um namorado realmente parece ser um assunto “traumático” para a maioria das meninas que participaram da pesquisa, pois embora o namoro seja a relação “perfeita”, a mais almejada, sua busca envolve uma série de medos e inseguranças, e ocupa um espaço de tempo considerável na vida das meninas.

A maior parte dos sentimentos de insegurança vivenciados pelas meninas está relacionada com o medo de não serem correspondidas no “compromisso” de um namoro. Elas parecem ter uma visão extremamente negativa dos meninos, ou melhor, das expectativas que imaginam que os meninos têm das relações: eles “ficam só por ficar”, “querem liberdade pra tudo”, “não querem meninas ligando pra eles”, “traem as namoradas”, “têm uma vontade insaciável de sair, se divertir e ficar com outras”, enfim, “é difícil achar um que não seja galinha”.

Pollyana (14): eu quero namorar. Mas é uma coisa assim, tá, tá, lógico que às vezes eu me sinto sozinha...

Amanda (14): ...e o medo?

Pollyana: aquela vontade de ter, sozinha, mas eu tenho muito medo de chegar um dia a, ó a gaia, ó a gaia. Lógico que se a pessoa quer namorar com a outra é porque tá gostando. E se tá gostando não tem necessidade de querer ficar com outro.

Carol (14): tem menina que gosta só de ficar, os meninos só pensa em ficar, né, assim, não pensa em nada sério os meninos.

Cristina (15): esses menino de hoje em dia não querem compromisso, sabe, quer ter liberdade pra tudo. Hoje, aqui no shopping, ele fica com uma menina, amanhã, em outro lugar, quer ficar com outra, outra, outra, e assim vai.

Carol: Nunca quer ficar com a mesma, sabe.

Cristina: nunca quer ter compromisso. Sempre quer ter diversidade, liberdade.

Elaine: e as meninas não são tanto assim?

Cristina: não, tipo, a gente mesmo assim, eu não sou desse estilo de eu tá ficando com um menino hoje, amanhã eu fico com outro, não. Pra mim, se eu gostei dum menino, eu fico com ele várias vezes.

Ao colocar que nem todas as meninas são confiáveis no compromisso com uma relação mais séria, mas que os meninos são bem piores neste quesito, as meninas deixam claro que percebem o quanto são diferentes dos meninos com relação às expectativas com as relações afetivas.

... Quando eles namoram eles não dão totalmente atenção pra namorada. Se um menino chama pra sair, não sei o que, eles se divertem na boa, sem namorada. Mulher não, mulher se prende a ele. (Bruna, 15).

Homem bota mais [“gaia”], mas mulher também bota. Mas eu acho que hoje em dia... Mulher é mais romântica, mais consciente, homem não. Homem vai levando. Eu acho que ainda é. (Ana Luíza, 19)

É, bem... tipo o menino fala não, ele quer ficar com você, aí (suspira) poxa, ele quer ficar comigo! Que bom, não sei o que. Com menino não, entendeu, tipo, ah, quero ficar com ela, ah, tanto faz se eu ficar com a outra também. (Angélica, 15).

Encontrar o menino para namorar será uma missão praticamente impossível, caso as meninas sejam fiéis ao modelo ideal que elas almejam. Para ter uma idéia, vou retomar as falas de três meninas, em uma única entrevista.

Para Ana Luíza (19), “eles demoram muito pra amadurecer”, por isso “idade conta. Pegar um mais novo não dá”. Por outro lado “muito mais velho não rola não. Eles já pensam em outra coisa”. O ideal seria “dois anos mais velho que você. Porque meninos são mais abestalhados que menina. Menina amadurece primeiro”, de acordo com Elis (16).

Para Karine (15), “pra você ter um relacionamento tem que ser uma pessoa de fora, não pode ser do ciclo de amizade”, e segundo Elis, quando um menino fica muito amigo “não dá mais pra ter nada”, então os meninos que elas ficam “são aqueles amigos que não tem aquela intimidade toda, que tem uns que são mais próximos, assim aquele que a gente só fala, que conhece, mas que não é amigo de conversar”.

O menino também não pode ser do tipo “galinhão”, pois elas não ficam (e muito menos namoram), nem muito “chicletinho”, “aquele que gruda”.

O namorado ideal, portanto, precisa ser um pouco mais velho do que elas, tão maduro quanto elas, não pode ser um amigo, mas deve ser alguém conhecido, precisa ser fiel e conhecer os limites da individualidade de cada um. Somando-se a outras características apontadas por outras meninas, o namorado deve ainda ser bonito, inteligente, deve gostar de sair com a namorada, ter bons antecedentes, ser confiável, ser mais quietinho, bem-comportado, ter boa cabeça e ser amigo. Além disso, existe a questão dos estilos: Cristiane prefere os arrumadinhos,

Karine os roqueiros, Cristiane prefere os arrumadinhos mas acaba sempre gostando de roqueiros...

Elis (16): mas sabe qual é o problema? A gente diz que quer desse jeito...

Karine (15): mas quando gosta...

Ana Luíza (19): quando você gosta...

Elis: tem todos esses defeitos...

Ana Luíza: de bagunçado, de feio, de mais novo...

Elaine: então vocês tão falando do ideal, né?

Ana Luíza: quando você gosta, pode ser feio...

Elis: eu prefiro assim os mais arrumadinhos, mas os meninos que eu gosto é mais assim, estilo roqueiro, aí acaba assim, quando você gosta...

Karine: mas aí você tem uma coisa, uma ficada com um namoro. Porque ficar, tipo, tem dois meninos, um lindo e um bem feio, você vai olhar pra qual? Agora na hora de você namorar assim, pra conhecer uma pessoa, [...] você vê o conteúdo, pode o feio ser muito mais legal e o bonito ser um passado, com nada na cabeça. Só que pra ficar você vai escolher quem? E pra namorado? Aí tem que ver isso.

Encontrar um menino para “ficar” talvez não seja tão difícil quanto encontrar um para namorar, afinal, as exigências com relação ao “ficante” não são tão severas e estão mais no plano dos atrativos físicos. A seletividade na escolha do “ficante” existe na medida em que o “ficar” pode ser um passo para o namoro, e até pela existência dessa expectativa de começar um namoro com o “ficante”, é preciso relativizar falas do tipo “quando gosta...”, “...tem todos esses defeitos...”. A menos que a menina já esteja gostando do menino antes de “ficar” com ele, ela irá procurar um “ficante” que seja também um namorado em potencial.

Embora exista toda essa idealização da relação e do parceiro ideal, ou talvez em função disso, as meninas que conseguem encontrar um namorado acabam levantando mais aspectos negativos do que positivos com relação ao namoro.

Elaine: e como que é, assim, qual que é a diferença de tá namorando e não tá namorando?

Carol (14): assim. É bom você tá com quem você gosta, né. Então se você gosta desse menino, é você tá esse momento com ele, e também assim, você tá num show, assim, aí você tá namorando, você tem que se comportar, no caso, que tá num compromisso, não sei o que. E se você não tá com ninguém, você assim, você aproveita, dança, que se o namorado tem ciúmes, tem namorado que tem ciúmes, aí você tá num show assim, aí você pode ver...

Cristina (15): mais liberdade...

Carol: é, mais liberdade, no caso, mas quando tá sozinha, assim, aí agora se você tá com o namorado, assim, você se sente mais presa, no caso, né. Eu acho assim.

Elaine: E você falou que se sente meio presa de sair com o namorado, como é que é isso?

Amanda (15): sabe o que é? Que assim, antes de eu namorar, eu não sou daquele tipo que saía muito não, eu sou muito caseira. Então quando ele diz, ó, eu não vou, não vá pra aquele canto, eu não sinto falta não, aí... mas quando eu quero muito ir pra um lugar e não posso ir pra não brigar, aí eu fico meio chateada. Eu me sinto presa.

Elaine: e se vocês saem pra um lugar que você também ia antes de namorar com ele, estando com ele é diferente?

Amanda: tipo assim, se a gente vai numa boate, ele não suporta que eu dance. Não quer que eu dance, e é um saco isso. É muito ruim. Ele é muito ciumento.

*Iara (14): ah, não vou sair não, por causa que eu tenho namorado, ele vai ficar em casa, eu vou ficar em casa também. *Aí ele pega e sai você fica em casa. Porque ele não disse nada* ah, eu vou sair, *você deixou de sair com suas amigas porque disse que ia ficar com ele. *Aí ele pega sai também.***

Elaine: e isso é uma coisa que incomoda, que chateia, as meninas ficam chateadas com isso?

*Iara: eu fico chateada assim. Esse meu namorado agora, elas foram pro pagode e eu fiquei em casa por causa dele, não tinha vontade de sair, porque a gente tinha dado um tempo, sabe. Deixa de se divertir, deixa de viver praticamente por causa dele. *Aí eu caí na real e acabou.**

Para Simon Frith (1981), cultura das meninas é uma *courtship culture*, por isso elas dedicariam mais tempo que os meninos se produzindo para sair. Talvez Frith seja um pouco exagerado ao fundar uma noção como essa, afinal, os meninos também pensam e se preocupam com as paqueras, mas a afirmação do autor de que os garotos são menos ansiosos a respeito de atrair garotas do que vice-versa parece condizer com a situação estudada em Recife. Para as meninas, segundo Frith, conquistar e manter um namorado apropriado é um problema de trabalho árduo e considerável preocupação, que envolve o problema do gerenciamento da sexualidade, a decisão de “até onde ir”. Os garotos são isentos dessa ansiedade.

No trabalho no qual investigou as atitudes, valores e comportamento sexual de 150 adolescentes americanos no final dos anos 80, Sharon Thompson, citada por Giddens (1992), conclui que o principal instrumento temático das histórias das garotas é o que ela rotula de “busca do romance”. É o romance o que liga a sexualidade a um futuro antecipado, sendo que

“os encontros sexuais são vistos como desvios no caminho para um relacionamento amoroso definitivo. [...] Entretanto, neste momento, a procura do amor romântico não significa mais o adiamento da atividade sexual até que o relacionamento desejado apareça. Fazer sexo com um novo parceiro pode ser o início do encontro fatídico buscado, mas mais provavelmente não o é.” (in GIDDENS, 1992, p. 60).

Talvez, se pensarmos em termos do “ficar” ao invés de relações sexuais²⁵, a colocação de Thompson seja válida também para as expectativas das meninas estudadas em Recife. Aqui também a “busca do romance” está presente, sendo que uma relação estável é considerada por elas como a ideal.

²⁵ Durante a pesquisa, as questões que as meninas traziam faziam pouca referência a relações sexuais, e quando o assunto “sexo” era tocado elas demonstravam-se um pouco incomodadas ao perceber que sua virgindade podia estar sendo questionada. Algumas afirmações do tipo “menino mais velho não dá, porque eles já querem outra coisa”, as críticas feitas aos meninos “galinhas”, que querem “passar a mão em tudo” indicavam que elas realmente ainda eram virgens. Certa vez, uma das meninas contou que quando a irmã mais velha, de 18 anos, começou a namorar o pai foi ter uma conversa sobre sexo com ela, recomendando para que ela não se “entregasse” ao namorado tão cedo. Achei que valia a pena explorar um pouco mais o assunto, e comentei: “às vezes os pais resolvem ter esse tipo de conversa quando já é tarde demais, né?”. A menina foi tão enfática dizendo que no caso da irmã dela não tinha sido tarde demais, encerrando o assunto, que nas outras entrevistas acabei nem querendo mais explorar a questão.

Segundo Frith (1984), os estudos etnográficos mostram que enquanto ter um namorado é o foco da atividade de lazer feminina, não é uma fonte de muito prazer. O que as garotas dizem que mais as divertem é “dar uma boa risada”, “fazer o que querem fazer” e isto significa divertirem-se sem os rapazes. É mais ou menos isso que podemos concluir da seguinte conversa:

Amanda (14): Eu ia pra uma festa no Líbano agora, eu disse pra ele, que eu ia só com as minhas amigas. No outro dia ele me liga, meus amigos me chamaram pra eu ir pro Líbano, posso ir? Eu, fazer o que, vai. Mas aí lá eu fiquei pouco tempo com ele, Pollyana deu logo uma dispensada nele.

Pollyana (14): foi. Eu cheguei, porque assim, a gente sai mais pro shopping só, quando vai pra um show, esse negócio que ele vai, aí eu sou amiga dele, assim, normal, falo sempre quase com ele, mas aí, ela, ele chegou assim lá no Líbano e ficou com ela. Tava eu, ela e Malu, só, aí ia ficar eu e Malu segurando vela. Aí eu cheguei e disse, ó, desgruda um pouquinho que a gente quer ficar um pouquinho com Amanda. Que ela tinha passado um mês no Rio, a gente tava tudo morrendo de saudade dela, no colégio quase não podia se conversar, a gente não deu tempo de falar, nem teve contato com ela nas férias. Só telefone, aí...

[...]

Amanda (falando sobre namorar): eu acho que é bom, mas dá medo na gente, sei lá, porque vai passando o tempo, vai passando o tempo e você fica com medo de tá perdendo tempo da sua vida.

Elaine: perdendo o tempo?

Amanda: é. Porque sempre fala, ah, namorar [...] aí às vezes dá aquilo, aí, acho que tá durando muito. (atende celular)

Vários aspectos do namoro entre meninas na idade de Pollyana e Amanda podem ser pensados a partir de sua conversa. Em primeiro lugar, é possível perceber que existe a necessidade de aprender a administrar a atenção dada ao namorado para que a relação com as amigas não seja abalada – o que dizer e o que fazer com o namorado quando este quer participar de um evento que havia sido planejado para acontecer só entre as amigas? O que fazer com o namorado da amiga quando este está ocupando o espaço que era reservado para as amizades? Além disso, o namoro às vezes traz às meninas uma sensação de perda de tempo (“Acho que tá durando muito”). De fato a maior parte dos namoros das meninas não dura muito tempo - salvo algumas exceções, de relações de um ano ou mais, os namoros mais duradouros parecem se estender em média por uns cinco meses.

Iara é bastante enfática nesta questão de estar perdendo tempo estando namorando:

Iara (14): depende da pessoa você deixa de viver realmente. Você deixa de sair por causa dele, você deixa de sair com as suas amigas, deixa de fazer muitas coisas por causa dele, entendem. [...] ah, se ele não for eu também não vou não. Ah, mas é de graça, não, não vou nem me divertir. Aí fica em casa.

Estar namorando, principalmente para as meninas que experimentam essa relação pela primeira vez, significa administrar ansiedades geradas por certas cobranças do namorado,

(“ele não suporta que eu dance”, “tem namorado que tem ciúmes”, “tem que se comportar” se está com o namorado), ou seja, aprender a jogar o “jogo dos gêneros”, por um lado, e por outro saber administrar o turbilhão de sentimentos vivenciados pela primeira vez de modo a não mudar a relação com as amigas e a aproveitar o que o estar apaixonada proporciona de bom.

O diário que uma das meninas preencheu para esta pesquisa traz um material interessante sobre alguns antagonismos de seu primeiro namoro:

Quinta-feira, 1º de maio de 2003. [...] *Caio ligou hoje de noite pra mim. Passamos horas e horas no telefone. Foi tão bom! Falamos de tudo um pouco e principalmente um monte de besteiras. Ele disse que não gosta de futebol. Por um momento pensei: “Ele é guei!” Huahuahuahua!!! Acho que sou preconceituosa. Por uma parte é até bom, eu também não gosto de futebol mesmo. A gente falava no telefone ao som de Sarah Brightman. Foi quando chegou a música número 8, (Dust in the Wind) me arrepiei toda, meus olhos se encheram de lágrima. Essa música é perfeita, ela me faz refletir sobre a vida. Ai... ai... sei não viu?! E a pura coincidência é que ele também ama essa música.*

Putz! Eu adorei falar com ele. É muito bom falar no telefone e ainda mais com uma pessoa super legal.

Domingo, 04 de maio de 2003. *Hoje passei o dia todo em casa. Eu tava a ponto de “matar” um.*

De tarde Caio ligou pra mim pra me dizer que foi a um show ontem no internacional de forró. Tipow, ele já tinha me dito que ia, só que depois disse que não ia mais porque eu não ia. Ai, vem ele me dizendo hoje, que foi pra esse show. Eu fiquei “p” da vida com ele. E ainda disse que dançou com uma menina lá e falou que tinha chamado Carla (a menina que ele dava em cima) pra dançar mas ela não quis. Ele falou pra mim que ela é gostosona e tudo mais. Depois que ele falou isso, fiquei toda fria para o lado dele. Eu acho que ele faz isso só pra eu ficar com ciúmes. E o pior é que eu estou caindo nessa.

Sentimentos extremos como se emocionar ao ouvir uma determinada música enquanto fala com o namorado ao telefone, a ponto dos olhos se encherem de lágrimas... sentir-se apaixonada (“ai... ai... sei não viu?!”)... e ao mesmo tempo aprender a lidar com o joguinho de ciúmes estabelecido pelo namorado – não parece ser fácil lidar com afetos tão antagônicos gerados no relacionamento com uma mesma pessoa.

Além disso, ao que parece, nos “rolinhos” e namoros são os meninos que detêm o poder na relação, na medida em que são eles que exigem fidelidade total delas (a ponto de alguns não gostarem quando as namoradas dançam numa festa); são elas que deixam de fazer coisas que faziam antes do namoro por conta do ciúme do namorado (deixam de viver, deixam de sair com as amigas).

Quando a situação se reverte, e a namorada passa a fazer restrições quanto ao comportamento do namorado, isto não é visto com bons olhos pelos amigos dele, conforme a entrevista com este rapaz de 18 anos:

Elaine: e muda muita coisa, na amizade dos meninos, quando um começa a namorar?

Tiago: às vezes, às vezes muda. Começa a deixar o amigo de lado. Tem uns que não são tão influenciado não, mas tem outros, que são dominado, dominado. Teve um colega da gente, que por sinal ele tem o mesmo nome que eu, Tiago Carneiro também, a gente ficava dizendo os primos, aí ia sair pro cantos, a namorada dele ia, Tiago, você não vai beber porque está comigo, a gente só olhava assim pra cara da menina, como é que é? [...] não vai sair, vai sair comigo... tu escolhe aí, bota aí na tua agendinha, hoje vou sair com os amigos...

Elaine: abam, então esse namoro não foi aprovado...

Tiago: ficaram um tempão, acabaram agora mas vão voltar. Só não vai durar muito porque a menina vai fazer intercâmbio agora, aí vão se separar. Que vira e mexe, tavam junto.

Elaine: essa coisa assim de aprovarem a menina, porque pode acontecer também da menina não aprovar os amigos do namorado, tipo ela não gostar muito de vocês. Acontece isso também?

Tiago: eu acho que isso é menos [...] não tem nenhum [...] nenhum chato, todo mundo é pra cima. Só se for por conta da gréa. Mas não tem nenhum chato, não, meio enjoado assim. Na turma da gente não tem espaço pra isso não. [...] começar a tirar onda...

Elaine: sei lá, as meninas podem achar vocês muito palhaço.

Tiago: aí pode até achar. E se achar eu apóio. Sou palhaço.

Tiago disse que para um namoro de um dos meninos “ir para frente”, a namorada precisa “ser aprovada” pelos amigos. O interessante é que Tiago não admite que alguma menina pode “não aprovar” o círculo de amigos do namorado. Parece que para Tiago, quem precisa ser avaliada é a pretendente. Os comportamentos dos meninos não precisam, ou não podem, ser questionados, já que são os legítimos para o gênero.

Mas quais são as expectativas dos meninos quanto às relações afetivo-amorosas? Entre os poucos meninos que conversei, nenhum deles disse muito abertamente desejar ter uma namorada, mas ao mesmo tempo eles não assumiram nunca ter desejado esse tipo de relação. Veja o caso de Tiago:

Elaine: Ah, Tiago, tu não tem namorada, né? Já namorasse, “seriamente”?

Tiago (18): não. (risos) seriamente não.

Elaine: mas namorasse não seriamente?

Tiago: já. Por incrível duas semanas. Foi meu recorde.

Elaine: teu recorde foi duas semanas? Se não é só mais ficar, assim?

Tiago: não consigo não, ficar... não imagino ficando, eu tô vendo meu amigo vai fazer dois anos amanhã, no Dia dos Namorados, vai fazer dois anos amanhã, não sei como você consegue, dois anos, o máximo que eu consegui foi duas semanas. Meu amigo... eu vejo o baixista da minha banda, ficou cinco anos com uma menina!

Elaine: esse rapaz que tava aqui?

Tiago: não, não, o baixista da minha banda. [...] namorou dos 12 aos 17, com a mesma menina! [...] não agüento não. Oxe! Cinco anos com a mesma menina, não dá certo não.

Elaine: mas o que que tu acha que tem no namoro que tu não agüenta? É a rotina?...

Tiago: não sei, não sei, não sei, não sei.

Elaine: ou é porque não encontrou a menina certa?

Tiago: é, vai ver é isso. Não encontrei a Cega. (risos) o Cego não encontra a Cega, não tão olhando, não tão procurando direito.

Elaine: não tão se vendo.

[...]

Elaine: e a maior parte dos teus amigos namorou mais firme, ou é mais de ficar, como é que é isso?

Tiago: não, não. Pedro, aquele que namora com a Tarsila, tão um tempão namorando já.

Elaine: o Pedro é aquele que da outra vez eu vi, né?

Tiago: não, não. Aquele tá com uma namorada, tem cinco meses, já. Semana passada deu cinco meses.

Tiago diz não saber porque nunca namorou “seriamente” com uma menina. Talvez seja porque ainda não encontrou a menina certa. De qualquer forma, o fato dele saber o tempo de namoro de cada um dos amigos, inclusive o dia de aniversário de namoro de cada um, pode indicar que ele não permanece indiferente a estas relações. Com as meninas eu pude observar o mesmo interesse pela história do namoro das amigas.

A busca do par ideal existe tanto entre meninos quanto entre meninas. A diferença é que, para elas, cada “ficante” pode ser visto como um namorado em potencial, e o “ficar”, na maioria das vezes, acaba se transformando numa busca pelo namorado. E isso é percebido de uma forma essencializada, como se fizesse parte das meninas, da mesma forma como as expectativas dos meninos quanto aos relacionamentos afetivo-amorosos são vistas de forma essencializada pelas meninas:

Elaine: e os meninos, tem diferença, assim, querem namorar mais, ou querem namorar menos?

Daniela (15): aí, é menos.

Pollyana (14): eles ficam assim...

Daniela: só por ficar.

Pollyana: sei lá! A não ser que eles gostem mesmo da menina, aí eles vão querer namorar, né.

Daniela: aí menino não é assim, eu acho pelo menos, que menino não é assim, namora um mês e acaba. Eu acho que menina é assim, mas eu acho que menino não, porque menino namora quando tá gostando mesmo, e não acaba por besteira não.

Pollyana: tipo assim, eles só namoram quando eles gostam mesmo.

Podemos dizer que as meninas compartilham de um ideal de amor romântico, onde a busca pelo menino ideal tem um papel fundamental, e onde os meninos são vistos como seres diferentes, que precisam ser conquistados, para que desta forma compartilhem de expectativas parecidas das delas (quando o menino gosta mesmo, ele quer namorar, e até vai levar essa relação mais a sério do que algumas meninas que continuam sua busca pelo parceiro perfeito). Segundo Giddens,

“no amor romântico, a absorção pelo outro típica do *amour passion*, está integrada na orientação característica da ‘busca’. A busca é uma odisséia em que a auto-identidade espera a sua validação a partir da descoberta do outro. Possui um caráter ativo e, neste aspecto, o romance moderno contrasta com as histórias românticas medievais, em que a heroína em geral é relativamente passiva. As mulheres das novelas românticas modernas são em sua maioria independentes e corajosas e têm sido consistentemente retratadas deste modo. O motivo da conquista nestas histórias não se parece com a versão masculina da conquista sexual: a heroína encontra e entenece o coração de um homem que inicialmente mostra-se indiferente e distante dela, ou ainda abertamente hostil, a heroína então ativamente produz amor. O seu amor faz com que ela seja amada, dissolve a indiferença do outro e substitui o antagonismo por devoção.

Se o *ethos* do amor romântico é simplesmente compreendido como o meio pelo qual uma mulher conhece o seu ‘príncipe’, isso parece realmente superficial. Embora na literatura, como na vida, às vezes as coisas se passem deste modo, a conquista do coração do outro é na verdade um processo de

criação e uma narrativa biográfica mútua. A heroína amansa, suaviza e modifica a masculinidade supostamente intratável do seu objeto amado, possibilitando que a afeição mútua transforme-se na principal diretriz de suas vidas juntos.” (GIDDENS, 1992, p. 57).

O moderno ideal romântico da busca do “príncipe”, portanto, não pode ser visto como sinal de passividade feminina. É justamente o amor das meninas, suas ações, o que faz com que o coração dos meninos se enteneça. São elas as responsáveis pela busca e pela transformação do coração bruto e indiferente do homem, que depois de conquistado será o responsável em manter a estabilidade da relação.

Regras do namoro à moda contemporânea

Frith (1984) já afirmou que a análise da juventude em termos de *normas de comportamento* nos seria útil para entender diferenças entre meninos e meninas. Para o autor, haveria diferenças em termos da ocupação do tempo de acordo com o gênero, com as meninas tendo obrigações domésticas desde cedo, e os meninos passando mais tempo na rua. De fato, estas diferentes ocupações do tempo por rapazes e garotas estão em consonância com os papéis tradicionais de homens e mulheres adultos. Mas existem ainda outras normas de comportamento que podem elucidar as diferenças de gênero na juventude: são as regras que os próprios jovens estabelecem para seus comportamentos e que ficam claras principalmente naqueles aspectos que se referem às relações afetivo-amorosas.

Desta forma, se a construção das identidades das meninas passa por um discurso do bom-comportamento, o mesmo acontece com as relações de gênero. É este discurso que impõe as regras que definem os parceiros e as relações mais apropriadas, estabelecendo certos distanciamentos. Um exemplo:

O último eu fiquei com um amigo do meu primo. Mas não foi assim eu conheci e fiquei. Teve todo um... eu conversei com ele, ele pediu pra ficar comigo eu não fiquei, entendeu, deu uma de difícil se se pode dizer isso, eu acho que torna mais interessante. Até porque a paquera eu acho tão interessante. Dá aquele ré, aí volta. Não ré, mas deixa uma incógnita no ar. Mas eu prefiro ficar com pessoas assim que eu já conheça. (Angélica, 15 anos).

A fala de Angélica traz uma série de elementos do que estou chamando de bom-comportamento e que regula as ações das meninas como um “modelo ideal”. A menina não “ficou” com o amigo de seu primo na primeira vez que o viu, porque “prefere ficar com pessoas que já conhece” e também porque dessa forma acredita criar uma certa expectativa da parte do

menino. Ele terá que esperar uma outra oportunidade e insistir um pouco mais para conseguir “ficar” com ela.

Angélica não deixou de “ficar” com o menino no primeiro encontro por não estar “afim” dele ou por não considerá-lo atraente, mas para “deixar uma incógnita no ar”. Este seria um comportamento tipicamente feminino: “dar uma de difícil” é importante para que o menino ou as outras meninas saibam que ela não é “fácil”, já que ser “fácil” é praticamente um sinônimo de ser promíscua. O papel de um menino, ao contrário, seria o de não perder a oportunidade de “ficar” com uma menina atraente.

Às vezes o comportamento e os discursos das meninas parecem ser ambíguos com relação a este aspecto. Embora tenham clareza de que diferentes regras de comportamento para homens e mulheres são uma construção social (“mulher tem essa criação”) mostrando-se insatisfeitas com isso, o próprio “jogo da sedução feminina” que elas exercem, “dando um ré” de vez em quando, “dando uma de difícil”, acaba por afirmar estas diferenças.

Desta forma, os jovens acabam reproduzindo um modelo tradicional de relações de gênero e de “retórica corporal”²⁶ que vê a sexualidade feminina como algo a ser preservado, ao contrário da sexualidade masculina, que precisa ser exercida.

Os pais têm um papel muito importante na reprodução de modelos diferentes de relações de gênero para as meninas e para os meninos. Embora o “ficar” e o “rolinho” não sejam necessariamente assuntos para se colocar em pauta com os pais, a maior parte das meninas diz ter uma relação boa e aberta com seus pais, sendo os conselhos dos adultos também levados em conta.

Eles (os pais) sempre me deram muito conselho [...] mas é o tipo de coisa, se eu vou lá e falo, mãe, eu tô a fim de ficar com um menino, ela fala, não, fique, agora o tipo de coisa, se você quiser ficar fique pra ter um rolo ou então pra namorar, porque pra ficar pra ficar uma vez só e parar... (Angélica, 15).

É tipo cuidado pra você não sofrer, olha a fama, cuidado pra você não sofrer com essa história de ficar... (Angélica, 15).

As meninas continuam sendo vistas como seres mais frágeis, que devem cuidar “para não sofrer” nos relacionamentos com os meninos. Também é preciso ter cuidado com a imagem construída em torno de si – “olha a fama”. Segundo Fraga (2000)

“[...] para uma menina boa-moça as exigências sociais são diferentes daquelas esperadas de um menino bom-moço. Para ela, desde muito cedo, as atribuições se referem a toda uma constelação de valores e atitudes que reafirmam de forma constante o seu destino biológico: a maternidade. Dentro disso, espera-se que a menina tenha um cuidado redobrado com seu próprio corpo e que se comporte dentro dos padrões de conduta previstos para a futura mulher / esposa / mãe. Para tanto, exige-se um demorado aprendizado sobre como se conduzir apropriadamente – é preciso ‘andar direito’; ‘andar na linha’ para não ficar ‘falada’.” (p. 91).

²⁶ Cf. noção de Michel Foucault, In Fraga (2000).

Através do discurso do bom-comportamento incorporado pelas meninas certas diferenças de gêneros são vistas de forma essencializada, como se fizessem parte ou constituíssem homens e mulheres, e outras são atribuídas à educação recebida em casa. Um exemplo é quando elas falam de traição no namoro:

*Angélica (15): é o tipo de coisa, depende do homem assim, porque eu conheço muitos meninos, muitos meninos com namorados, por causa do meu primo, e muitos deles traem, a namorada, mesmo assim, que goste tá ligado, mas sempre querem, **é incrível, eles têm esse, essa vontade insaciável de sair, se divertir e ficar com outras.** Eu já vi muita gente que trai a namorada.*

Elaine: as meninas não fazem isso, ou tipo assim, vocês não fazem mas tem meninas que fazem, como é que é?

Raquel (16): tem muita menina que faz, mas não a maioria, né.

Angélica: de trair?

Elaine: é, de trair, de tá namorando ficar com outra...

*Angélica: eu acho assim que **pelo jeito que eu fui criada**, eu nunca namorei, mas eu acho que, eu tenho certeza de que se eu tiver namorando com um menino se eu pensar em trair ele, se eu pensar assim, tipo, não eu vou trair ele, é porque eu não quero mais, vai ser porque eu não quero mais ficar com ele, sabe?*

Raquel: mas tem muito por aí. É porque a galera [...]

Angélica: é óbvio. Tem muita mulher também que trai.

O discurso do bom-comportamento serve, portanto, para questionar certas atitudes que elas próprias consideram corriqueiras “hoje em dia” (como a traição), colocando-as num lugar seguro, longe desses comportamentos inadequados (“mas tem muito por aí”; eu nunca trairia).

Embora o “ficar” tenha sido uma inovação nas relações de gênero de jovens a partir dos anos 90, podendo ser até visto como um passo a mais em direção a relações mais igualitárias entre jovens homens e mulheres, através do discurso do bom-comportamento, as meninas demonstram ter visões extremamente negativas de meninas e meninos que não almejam relações mais estáveis, envolvendo certo compromisso:

Ana Luíza (19): não quer compromisso, hoje em dia, ninguém quer compromisso.

Elaine: os meninos não querem ou as meninas também não?

Ana Luíza: os meninos em especial, mas as meninas hoje em dia tão se tornando muito... vamo dizer, vadiazinhas assim. Não querem nada com a vida.

Karine (15): hoje em dia não é só menino que não quer nada não, porque tem muita menina que eu conheço que eu presencio mesmo que hoje fica com um, outro dia fica com outro, não tá nem aí pro que eles pensam, só quer mesmo é beijar.

Desejar uma relação estável, um compromisso, ainda é sinônimo de responsabilidade, e as meninas que não seguem esse modelo podem ser “vadiazinhas”, que “não querem nada com

a vida”, embora as mesmas meninas que fazem essas acusações denunciam como homens e mulheres são cobrados de formas bem diferentes quanto às condutas mais adequadas. Duas imagens correntes na sociedade, desde muito tempo, são exemplos destes diferentes modelos de condutas – o “ganhão”, a “galinha”:

Karine (15): e o que é pior, o menino que fica com 3, 4 meninas é o máximo, e menina que fica com 2 já é vadia, galinha, é tudinbo.

Elis (16): pra mim, os dois são, não presta.

É, porque vê só, se um menino faz isso, ele é tido como ganhão. Agora quando uma menina faz isso ela é uma galinha, ela é vassourinha, sai pegando todo mundo, entendeu? São termos usados, né, assim, completamente diferentes. Que daí os dois fazem a mesma coisa só que um recebe, sai como o bonitão, gostosão, e a outra sai como a que não presta. Ai tem isso. (Sheila, 15).

Embora algumas práticas levadas a cabo pelas meninas, como o “ficar”, de certa forma questionem os modelos tradicionais de condutas adequadas para cada gênero, seu discurso, mais do que reclamar e pedir a liberação de certas cobranças feitas comumente aos comportamentos femininos, parecem pedir que meninos também se comportem como elas – “pra mim, os dois são, não presta”.

Isso aponta para certas mudanças nas práticas afetivo-amorosas de meninas bem-comportadas – a emergência do “ficar” permite às meninas experimentar relacionamentos (efêmeros) com diferentes meninos, sem *necessariamente* ficarem mal-faladas. Os pais sabem que isso “é normal hoje em dia” e elas, diante das dificuldades de encontrar o menino ideal para a relação “perfeita”, o namoro, se permitem conhecer diferentes meninos através das “ficadas” e dos “rolinhos”. O outro lado da moeda é que elas ainda têm idealizações completamente românticas sobre o parceiro e a relação perfeitas. Se as práticas parecem apontar para uma maior equidade de gênero, os discursos e regras que regulam essas práticas, assim como os estereótipos associados a estas regras, continuam os mesmos de há muito tempo atrás.

“Coisas de mulher”: conversas do “Clube da Luluzinha”

Segundo Simmel (1983), as conversas são o elemento mais fundamental da sociabilidade, tendo seu fim no próprio conversar. Diferentes tipos de conversa, portanto, fundamentam diferentes tipos de sociabilidade, e este seria um meio privilegiado para percebermos algumas diferenças de gênero.

Tanto os meninos como as meninas que participaram da pesquisa percebem o quanto o gênero influencia do tipo de conversa travada no grupo de amigos. Existiriam assim

“conversas de homem” e “conversas de mulher”, além das conversas compartilhadas entre os dois gêneros.

As “conversas de mulher” geralmente são sobre os meninos e atores de TV e cinema – comentários sobre os meninos com quem elas ficaram, seus dotes físicos ou sua personalidade; histórias de namoros, traições, infidelidades, paixões; etc. – ou então sobre “assuntos de mulher”, como menstruação, cólicas, coisas referentes a seu corpo.

Elaine: e sobre as conversas... que nem você tava falando, não dá de falar tudo pros meninos. Quando tão só entre meninas, o que que vocês conversam geralmente?

Patrícia (15): mais deles (risos).

Amanda (15): é, exatamente, pronto, falam deles.

Patrícia: coisa de mulher também. Que tem também coisa de mulher que é meio assim, sei lá, é meio chato, assim, vergonha.

As “conversas de mulher” em geral são mais íntimas que as conversas entre meninos e meninas. Só entre elas, é possível conversar sobre certos assuntos que elas não podem compartilhar com os meninos – os temas relacionados com seu corpo quando divididos com os meninos as exporiam demais; além disso, o que iria pensar um menino que as ouvisse comentando sobre o quanto “fulano” é “gatinho” ou “gostosinho”? Parece existir uma cumplicidade maior nas conversas entre indivíduos de um mesmo gênero, em especial por se confiar que os assuntos discutidos ali não chegarão a ouvidos errados.

Nem tudo que a gente conversa com menina com menino assim a gente conversa. [...] Você não fica à vontade conversando tudo com o seu amigo. (Amanda, 15 anos)

Elaine: e com menino vocês também conversam tudo, que nem com menina?

Amanda (14): (risos).

Ana (16): não. Dá não pra conversar tudo com menino.

Amanda: é porque eu não converso mesmo. Nossa! Do jeito que são, falam tudo. Oxe! Que nada!

As conversas sobre a *aparência* também são compartilhadas principalmente entre as meninas. Roupas, maquiagem, acessórios, o que cai bem em cada um delas, a loja nova que abriu no shopping com belas peças à venda, são assuntos eminentemente femininos, assim como a *fofoca*. Falar da vida dos outros, comentar a roupa que outra menina estava usando em certa festa, fazer restrições a comportamentos inadequados de meninos e meninas, reclamar de amigos que faltaram com companheirismo ou reciprocidade, enfim, fazer comentários sobre a vida alheia, por mais que também seja algo que os meninos fazem, é visto como uma área em que as mulheres seriam especialistas. Segue uma conversa na qual os meninos falam sobre isso:

Elaine: e outra coisa, essa coisa de dizer que, assim, não sei se você, que diz que mulher é fofoqueira, entendeu, essa coisa de falar, de comentar...

Tiago (18): olha, quem disse que homem não fofoca tá mentindo.

Elaine: homem também fofoca?

Tiago: má...

Elaine: e é diferente fofoca de homem e de mulher?

Tiago: ah, não sei, não. Não, é mais porque, porque mulher fofoca, não, isso é verdade, mulher fofoca bem mais do que homem. Pra qualquer assunto elas têm mais fofoca. Homem não, homem fofoca mais o que? A mulher dos outro, a festa, o que fulano fez ou deixou de fazer, esses assuntos assim, e tal, mais, mulher chega e, eu saio com as meninas mesmo e, naquele dia, no primeiro dia que tu conhecesse a gente, a gente ali sentado, daí começava Débora, olha a roupa daquela menina que tá sentada ali. Aí eu já botava a mão na testa, meu irmão, falar mal da roupa dos outros! Aí Amanda olhava, meu Deus, que brega, aí eu me viro, deixa de ser indiscreto, olha, é pra olhar mesmo, tô nem aí...

Elaine: e essas coisas entre os meninos vocês não...

Tiago: a não, a gente não vai ficar falando, eta, ó a roupa daquela menina.

Elaine: ou a roupa daquele cara, pode ser alguém que aparece muito fora da realidade, uma coisa muito,

Tiago: aí diz, aquele cara é punk, aquele cara é muito punk. Mas não fica falando, eta, a camisa daquele cara tá amassada, eta, a cueca dele tá aparecendo, não tô preocupado.

Elaine: não tão nem aí. Mas assim, os meninos reparam também nas meninas. [...] é, como é que é isso? Ela tá muito gordinha, olha a barriga dela, tá aparecendo, que enorme, que mulher arrombada, esse tipo de coisa... não tem esses comentário? Fala que não...

Tiago: tem, isso tem, isso tem.

Elaine: abam.

Tiago: fica passando, senta o grupo dos meninos aqui no shopping, aí bora ficar olhando, aí fica olhando a menina passar, aí outro, oxe, é muito feia, ô mulher bonita, isso não é gosto, é desgosto, [...] e tal, mas oxe, olha a sandália dela, não, olha a saia dela, nunca parei pra ficar falando.

Eles admitem: homem também fofoca. Mas a fofoca masculina é de cunho informativo, uma forma de passar as notícias da última festa, de comentar quem bebeu demais ou que “ficou” com a menina mais bonita, ou mais feia. Segundo eles, as meninas se interessam em comentar coisas “não comentáveis”, como os detalhes da roupa das pessoas, o bom ou mau gosto em se vestir e em escolher acessórios.

Isso é bem compreensível, afinal, são as meninas que estão no shopping aprendendo a *escolher*, e a *buscar* o que é mais adequado para elas (a roupa que lhes cai melhor, o menino ideal, a relação perfeita). As conversas de mulher estão em consonância com essa experiência formativa que elas compartilham com outros membros de sua microcultura nos seus locais de sociabilidade.

E quais seriam os assuntos compartilhados só entre meninos? Segundo os meninos:

Elaine: tá, então vocês disseram que elas conversam sobre roupas, sobre paquera, mas vocês não conversam sobre isso?

Pedro (18): também.

Tiago (18): roupa?

Pedro: não, roupa não.

Tiago: roupa não.

Pedro: não, roupa não.

Tiago: não tem esse negócio de roupa não.

Pedro: roupa não, mas a gente é pior, a gente...

Tiago: futebol, mulber e rock n'roll.

Pedro: olhe, olhe, outra coisa que a gente também, aquela coisa bem [...], que o esporte nacional do pessoal é falar da mulher do outro. Namorada.

Elaine: não, pera aí, pera aí, deixa eu anotar futebol, ...

Tiago: e essa história toda de fofoca é mentira, é mentira.

Elaine: essa aí nunca ninguém me disse, que fala da mulher do outro.

Tiago: ô. Ixe!

Pedro: oxe! Olhe, é o esporte nacional, é o hobby nacional. É falar da mulher do outro, é o apontar defeito na namorada do outro.

Tiago: e rir ainda (risos)

Elaine: mas com o outro presente?

Tiago e Pedro: também, também.

Tiago: [...]

Elaine: e o cara não, o cara não...

Tiago: não fica arretado não?

Pedro: [...] daí fala da mulher do outro. Daí o cara faz, não, porque, eu vi a tua namorada, pô, ela tava comprando, só que o sapato era com desnível. E a tua, pô, que é zarolha, aí começa.

Elaine: ah, então é coisas hipotéticas, não é coisas reais?

Pedro: não, são, não são tão...

Elaine: tão exageradas?

Pedro: não tanto. Algumas até são, entendesse? Mas assim, a gente leva tudo muito mais na brincadeira, mas toda brincadeira tem um fundo de verdade.

Tiago: um fundo de verdade.

Conversar sobre a mulher do amigo, num tom jocoso, não é visto pelos meninos como fofoca, embora “toda brincadeira” tenha “um fundo de verdade”. Se as meninas usam suas fofocas e suas conversas para falar diretamente o que pensam sobre as pessoas (embora nem sempre diretamente a estas pessoas) fazendo comentários restritivos, entre os meninos essas restrições são passadas em tom de brincadeira. Assim, ao invés de conversar seriamente com o amigo e lhe dizer que não acha sua namorada muito bonita – as meninas provavelmente constroem conversas nas quais é possível fazer esse tipo de comentário entre amigas, principalmente porque amigas perguntam a opinião das amigas sobre isso – os meninos usam a brincadeira, a “tiração de onda” para passar suas opiniões. É possível que os meninos se preocupem tanto quanto as meninas com aparência das pessoas que os rodeiam, embora seus comentários jocosos estejam mais direcionados aos dotes físicos dos outros do que com a forma como se vestem.

Embora os espaços mais citados para o lazer e a sociabilidade das meninas, nas entrevistas e conversas mais formais, tenham sido o shopping center e as boates, nas conversas mais espontâneas as meninas falavam também de reuniões na casa de uma amiga, das quais só participavam as meninas.

Alguns dos meninos entrevistados chamavam estes encontros de “clube da luluzinha”, onde “menino não entra”, e pareciam nutrir uma curiosidade bastante fantasiosa sobre o que acontecia nestes encontros. Um deles disse que este seria o espaço para as meninas romperem com suas imagens de moças bem-comportadas, transgredindo as regras que freqüentemente aparecem em seus discursos.

Tiago (18): os clube da luluzinha, vamo se encontrar na casa de fulaninha todo mundo, êita, e lá vai, [...] ah, não sei o que, a mãe de Marisa vai viajar, vamo pra lá, todo mundo aí vocês, né, todo mundo.

Elaine: vocês já sentem que não é pra vocês irem também?

Tiago: eu já né, eu já sou carta fora do baralho.

Talvez não seja só menino que “não entra” nesse “clube da luluzinha”. Eu também não consegui participar de nenhum desses encontros na casa das meninas. Pelo o que elas me disseram, essa seria a oportunidade de passar várias horas juntas brincando (jogando algum jogo ou brincando com as pessoas que passam na rua, coisas que elas mesmas consideram como sendo de meninas mais novas), comendo (às vezes cada uma leva um prato pronto, outras vezes elas mesmas preparam um churrasco ou lanche), assistindo filmes, rindo. E em especial entre as meninas mais velhas, é possível que estes encontros realmente envolvam o consumo de bebidas alcoólicas ou de algumas drogas ilícitas mais leves.

De qualquer forma, por mais que a aproximação dessas práticas teria sido importante para esse trabalho, o fato desses “clubes da luluzinha” serem encontros para um seletivo grupo, sem a presença de meninos ou de adultos, já é bastante significativa. Segundo McRobbie e Garber (1996), enquanto a cultura dos meninos agrega outros meninos, a cultura das meninas exclui as pessoas indesejáveis: “[...] in boys’ groups the emphasis is on masculine unity, in girls cliques the purpose is to shut out other girls” (JULES HENRY apud MCROBBIE e GARBER, 1996, p. 221). E as autoras acrescentam: “we would add that girl culture, from our preliminary investigations, is so well insulated as to operate to effectively exclude not only other ‘undesirable’ girls - but also boys, adults, teachers and researchers” (MCROBBIE e GARBER, 1996, p. 222).

6. "Amigo Não Tem Defeito"

“Que há de mais agradável que ter alguém a quem se ousa contar tudo como a si mesmo?”
(CÍCERO, 103-43 a. C., in *A Amizade*)

Assim como outros temas abordados neste trabalho, a amizade tem aparecido em diversos trabalhos etnográficos clássicos, embora de forma periférica. Margaret Mead examinou o papel das relações de amizade no processo de socialização de jovens mulheres em Samoa; Evans-Pritchard e Foote-White, em trabalhos com temas bastante distintos, usaram a noção de *peer groups*; Radcliffe-Brown falou das relações jocosas e sua dualidade entre cooperação e antagonismo. Mas o foco principal do trabalho destes autores estava nos detalhes da organização “em grupo”, e não nas representações sobre amizade (REZENDE, 2002).

Desta forma, alguns aspectos que poderiam aparecer nas relações de amizade foram examinados principalmente nas relações de parentesco, que eram mais fundamentais para a estrutura social. Para que se tornasse objeto de pesquisa, foi preciso que a amizade passasse a ser vista como relevante para a organização social. Segundo Rezende, “os primeiros estudos dedicados exclusivamente à amizade justificavam a opção pelo tema com base no argumento da instrumentalidade das relações entre amigos, com frequência analisando apenas as relações de amizade entre os homens.” (REZENDE, 2002, p. 19)²⁷.

Após os anos 50, trabalhos utilizando a noção de redes sociais e demonstrando a funcionalidade da amizade e de outras relações na migração do campo para a cidade e nas políticas em países africanos são levadas a cabo pela chamada “Escola de Manchester”. O trabalho de Eric Wolf é um exemplo clássico desses estudos: o autor compara as funções distintas da amizade, do parentesco e do clientelismo (REZENDE, 2002). Wolf (s.d.) diz que “em contraste com o vínculo de parentesco, a ligação de amizade não é forjada numa situação atribuída; a amizade é adquirida”. O autor distingue dois tipos de amizade (ou dois aspectos envolvidos neste tipo de relação): a amizade expressiva ou emocional, que “envolve uma relação

²⁷ Entre muitos filósofos, aliás, a amizade é concebida como uma relação nobre, que só poderia se consolidar entre homens (adultos). Veja algumas concepções acerca de amizade e mulheres, que não são seguidas nesta dissertação: “(...) Aristóteles sustenta que os jovens, as pessoas idosas, os escravos, assim como as mulheres não têm capacidade de conhecer a verdadeira amizade; esta, de fato, é reservada somente aos homens que atingiram a maturidade. (...) Bonnard, por exemplo, diz o seguinte: ‘a amizade repugna às mulheres justamente por aquilo que a mesma tem de constante, firme e igual’, Simone de Beauvoir, por sua vez, afirma: ‘É raro que a cumplicidade feminina se eleve até uma verdadeira amizade’, e La Rochefoucaud: ‘A maioria das mulheres é pouco sensível à amizade porque é insossa quando alguém saboreou o amor’; De Croisset acha que ‘As mulheres odeiam a amizade. A temperatura dela é demasiado baixa: é uma região onde elas pegam um resfriado’; a propósito, Frederico Nietzsche escreve: ‘Por tempo demasiado na mulher se escondeu um escravo e um tirano. Por isso a mulher não é ainda capaz de amizade: gatas são ainda as mulheres, ou passarinhos. Ou, no melhor dos casos, novilhas.’ (BALDINI, 2000, pp. 35-6).

entre um *ego* e um *alter* em que cada qual satisfaz alguma necessidade emocional por intermédio de seu oposto”; e a amizade instrumental, entendida como uma força de compensação.

Atualmente, no Brasil,

“em termos de pesquisas etnográficas recentes, há uma produção significativa sobre juventude e sociabilidade, particularmente no Rio de Janeiro, tanto em camadas médias quanto em camadas baixas. A maioria desses trabalhos discute a construção da identidade de grupo jovem, mas não investiga o que seria amizade para os jovens estudados.” (REZENDE, 2002, p. 20).

Rezende diz que os estudos sociológicos e antropológicos sobre amizade podem ser divididos em dois grupos, de acordo com seu recorte teórico-metodológico. Alguns partem de uma definição preestabelecida de amizade, mostrando como a relação é afetada por variáveis como gênero, fase da vida, classe etc. Para os autores que usam esta perspectiva, a amizade é uma relação pessoal e privada, estabelecida entre indivíduos autônomos, e que necessita de equivalência e mutualidade, ao contrário das relações clientelistas. Seria, portanto, uma relação afetiva, voluntária e igualitária (REZENDE, 2002).

Outros autores preferem estabelecer um exercício de relativização cultural dos significados da relação. Esta é a postura tomada por Rezende em seu trabalho sobre duas representações de amizade, no Rio de Janeiro e em Londres (que representa a publicação brasileira mais significativa com relação a uma abordagem antropológica à amizade). Rezende buscou as representações que cariocas e londrinos tinham da amizade, sem uma definição prévia do que seria esta relação. Encontrou dois modelos bastante distintos, que estão em ressonância com aspectos mais gerais das culturas nas quais estão inseridos.

Foi justamente essa minha preocupação principal quando abordei o tema da amizade entre as meninas com as quais trabalhei – apreender a forma como elas definem o que significa a amizade, com quem elas estabelecem essa relação, qual o seu significado nas sociabilidades e identidades juvenis. Em geral, as respostas apontavam para uma relação de intimidade e de confiança, que se constrói com o tempo, através da convivência:

Ah, eu acho que um amigo a gente só pode construir com a convivência. Então quando a gente convive mais com uma pessoa a gente pode considerar um amigo. (Ana, 16).

Não é à toa que a escola tem um papel fundamental na formação do círculo de amizade das meninas, pois é o local onde elas permanecem mais tempo junto com outros jovens. Algumas amizades também são firmadas na vizinhança – na rua onde moram e principalmente no condomínio. Ou seja, o grupo de amigos é formado por pessoas com as quais se tem um contato freqüente, com as quais se compartilha momentos importantes de sua existência. Mas não basta encontrar uma pessoa freqüentemente para que ela seja considerada amiga. Em geral, as meninas diferenciam entre colegas, amigos e melhores amigos.

Raquel (16): *colega a gente só fala, assim e encontra, assim, como vai, tudo bem. E amigo não, a gente marca pra sair junto, colega a gente encontra assim.*

Angélica (15): *you vive uma vida com aquela pessoa.*

Colegas são aqueles que elas encontram independente de sua vontade ou esforço. São aqueles que estudam na mesma sala, freqüentam a mesma academia, fazem o mesmo curso de inglês. Também podem ser aquelas pessoas que elas sempre vêem no shopping center ou nas boates que freqüentam, e que a partir de certo momento começam a cumprimentar, sem chegar a travar uma relação de maior proximidade.

A proximidade ou intimidade da amizade está relacionada a um duplo “contar”. O *amigo* é aquele com que se pode “contar” nas horas difíceis, se pode confiar; e para quem se pode “contar” suas questões mais existenciais, seus segredos²⁸.

Elaine: *e vocês têm mais amigos ou colegas, como é, assim?*

Ane (15): *bom, eu tenho mais colegas que amigos. Porque pra mim eu acho amigo, sei lá, são poucos, de verdade.*

Ana (16): **são os que a gente conta tudo, e não os que a gente fala, brinca um pouquinho.**

Elaine: *como é que vocês definem amizade?*

Bruna (15): *amizade pra mim é você conhecer uma pessoa especial, **que pode confiar, e que tá ali do seu lado pra tudo e em qualquer momento, independente do que aconteça, entendeu.***

Iara (14): *também **alguém que se preocupa com você, que você se preocupa com ela.***

Carol (14): *é assim, os mais amigos, **quando a gente mais precisa, aquelas pessoas tão mais perto da gente, ajuda mais,** então eu confio mais nelas do que nas outras. Ai tenho assim, eu gosto mais daquela pessoa do que dela.*

Cristina (15): *tipo, a gente pode diferenciar amigos de colegas, né. De colega da gente sair, ir pros cantos, e amigo não, da gente confiar, da gente **contar as questões da gente, coisas da nossa vida.***

Cristiane (13): *sei lá, acho que amizade pra mim é você **confiar na pessoa, contar com essa pessoa pro que você precisar, tá ligado.***

Ayesha (13): *é. Ser sempre meu amigo, mesmo nas horas difíceis, nas horas alegres, tal, **ele tá sempre ali do teu lado dando o maior apoio.***

Elaine: *como é que vocês definem, o que é amizade pra vocês?*

Sheila (15): **companheirismo.** *Assim, uma sempre [...] a outra. Uma sempre sair com a outra.*

Pollyana (15): *uma não ficar com o namorado da outra. Uma não ficar invejando as coisas da outra. Uma colocar a outra pra cima, tipo você é muito linda, você é linda. É isso que é uma amizade. Tipo, **contar segredo sem ela contar pra ninguém.***

Elaine: *e o que é a amizade pra vocês, como vocês definem?*

Ana (16): **conversa sobre tudo.**

²⁸ Wulff (1995) discorre sobre o papel fundamental da conversa nas relações de amizade entre meninas.

Amanda (14): não tem vergonha de contar. A gente sempre fala tudo, né.

Elaine: e se fosse pra vocês me dizerem o que tem diferente entre essas amizades do grupo maior, que todo mundo é amigo, essas mais próximas, o que que faz ser diferente?

*Iara (14): assim, as coisas que a gente conta, assim, que a gente conversa, que muda. **As próximas a gente conta digamos tudo**, as amigas a gente encontra nos lugares, assim, conversa [...].*

Também no contexto de seu estudo sobre amizade, Rezende percebeu que

“a noção de confiança enquanto sentimento de segurança ou crença no comportamento do outro é essencial para a articulação entre experiência subjetiva e organização social e política. Segundo alguns autores, a confiança torna-se fundamental para a vida em sociedade porque estabelece cooperação em situações de incerteza - por exemplo, na interação de duas pessoas, onde nunca há certeza quanto à reação do outro. Em certos contextos históricos e socioculturais, o fato de haver ou não confiança tem conseqüências vitais para a dinâmica da cooperação no sentido mais amplo do termo.” (REZENDE, 2002, p. 28).

Durante as entrevistas, as meninas contaram, espontaneamente, alguns casos de amizades que se romperam ou que “esfriaram” depois de intrigas ou de falsidades. Amanda e Patrícia falaram de uma amiga que tentou separá-las de seus namorados:

Amanda (15): não, assim, eu cheguei aqui faz quatro anos, assim, comecei a me enturmar depois de um ano que eu cheguei aqui. Daí eu tenho muito amigo, assim. Só que há um ano atrás eu comecei a namorar com esse menino, aí uma amiga minha era ex-namorada dele, e ela começou a fazer intrigas, tá ligado, pra separar a gente.

Patrícia (15): o meu também!

Amanda: só que não deu certo.

Patrícia: o meu também. Só que o meu deu certo (risos).

Elaine: a mesma menina?

Amanda: a mesma.

Patrícia: (risos) ela era muito amiga da gente. Muito mesmo, melhor.

Amanda: a segunda melhor amiga da gente.

Elaine: é mesmo? E isso é muito comum entre meninas, essa competição, assim?

Patrícia: não.

Amanda: não, não tem não. É doida ela. Nunca vi, era pura obsessão.

(risos de Patrícia)

Elaine: ah, meu Deus do céu. E ela tava ao mesmo tempo querendo acabar com os dois namoros?

Patrícia: é que ela era muito amiga do meu ex-namorado.

Amanda: ... ela era melhor amiga desse meu amigo, do meu namorado. Daí [...] eles falavam. Só que ela começou a falar coisa dele pra mim que não era verdade. Aí depois de um tempão...

Patrícia: eles acabaram, depois voltaram.

Amanda: ... aí eu comecei a perceber assim que era umas histórias meio errada. Aí eu peguei e falei tudo pra ele. Aí ele falou, não é [...]. do mesmo jeito ela inventou coisa minha pra ele.

Já Pollyana e Amanda contaram o caso de uma amiga que depois de fazer amizade com uma menina mais velha, passou a ignorá-las:

Elaine: Vocês já tiveram amizade que acabou?

Pollyana (14): já.

Amanda (14): não acabou completamente, mas eu considerava muito, uma pessoa muito, muito, muito mesmo. E ela começou a espalhar pra todo mundo que me odiava, e que tinha raiva da minha

cara. Eu eu peguei, mas eu continuei, até hoje eu falo normalmente, eu oi Silvinha, tudo bem? Só que ela não responde, ela me ignora. Ou se não, oi, bem ironicamente. Mas eu nunca deixei de falar com ela.

Pollyana: eu deixei melhor amiga, de ser melhor amiga, de contar tudo meu. Aí hoje sou ainda amiga dela, mas simplesmente chegou umas férias ela foi pra uma viagem do colégio voltou com uma amiga mais velha, tava se exibindo porque tava com uma amizade mais velha, simplesmente me excluindo, não tava nem aí pra mim [...]. Aí ela tinha essa amiga dela, aí ela ficou com essa amiga. Aí ela era amiga dela pra ir no shopping, ela era a melhor amiga dela, mas ela tava chorando ela ligava pra mim. E eu sempre dava conselho a ela, ficava de besta, porque eu não podia contar com ela mas ela sempre contava comigo. Aí agora a amiga dela foi fazer intercâmbio ela tá totalmente perdida. Aí voltou agora, tá bem mais amiga minha e dela. Aí ela fez um monte de sacanagem comigo, e eu mesmo assim no Natal eu liguei pra ela, não sei o que, dando coisa [...] pra ela. Aí ela pegou mandou uma mensagem e fez, pois é, agora eu sou, aí eu peguei e disse, eu espero que você seja feliz, aí ela mandou uma mensagem pra mim, pois é, agora eu estou muito feliz, porque agora eu olho ao meu redor e vejo pessoas que eu sei que realmente querem me ver bem. Eu me senti horrível, quando ela disse isso. Ela me chamou de falsa. Aí quando chegou em janeiro ela mandou uma mensagem, ó Pollyana, não sei que, desculpa por tudo o que eu fiz, eu sei que eu errei, não o sei que, porque eu já tava esfriando, totalmente a amizade dela com a minha. Porque pra ir pra shopping era a melhor amiga, agora na hora H mesmo... Porque ela ao redor dela ela tem vários colegas, agora amigo ela tem pouco, porque muita gente lá no colégio é muito interesseira, e ela é muito assim, bem riquinha. Aí na hora de shopping, não sei o que, você é a melhor amiga, aí nos problemas... Quando era aniversário dela, todo mundo aí, eu quero senha, e não sei o que, todo mundo era amigo dela, agora ninguém é mais amigo dela.

Amanda: [...] a gente vê que hoje em dia não era amizade. [...] ela inventava muita história, muita história mesmo.

Pollyana: agora coisa que não ia mudar a vida da gente, porque era inventar qualquer coisinha, ganhei uma Barbie, não sei que, coisa bem irrelevante, mas é uma coisa que se você tá mentindo pra mim, o que é que você considera nisso? Não é amizade isso.

O caso de Silvinha é particularmente grave porque ela quebrou com a reciprocidade exigida numa relação de amizade no momento em que continuou procurando Amanda nas horas difíceis, embora não estivesse mais se mostrando disponível para ouvi-la, aconselhá-la ou simplesmente acompanhá-la em momentos de sociabilidade.

A amizade, tal qual se mostrou entre as jovens de Recife, era justamente uma relação de reciprocidade, na qual se espera que um amigo trate um amigo da forma como gostaria de ser tratado.

Tal qual nos dois modelos de amizade estudados por Rezende, a amizade surgia “como relação pautada na sociabilidade e, mais fortemente, na afinidade, na confiança e no ato de compartilhar questões pessoais e íntimas” (REZENDE, 2002, p. 145). Mas enquanto a sociabilidade era fundamental nas relações com aqueles não muito próximos (no nosso caso, entre os colegas ou conhecidos), intimidade e confiança seriam próprios das relações de amizade mais estreitas. Da mesma forma, esse seria o modelo que orientaria os diferentes estágios das relações: “assim, o elemento da sociabilidade costumava estar mais presente nos momentos

iniciais da amizade, enquanto a confiança e as revelações pessoais caracterizavam uma etapa de mais solidificação da relação entre amigos” (REZENDE, 2002, p. 146).

No caso recifense, poderíamos acrescentar ainda que a afinidade, embora seja importante na constituição de identidades de grupo, não era tida como exclusiva dos amigos. Colegas eram definidos a partir de certas afinidades, no sentido do compartilhamento de mesmos gostos e do freqüentar os mesmos lugares. Por isso os colegas eram aqueles que eles encontram nos lugares que freqüentam, e de tanto encontrá-los, passam a cumprimentá-los.

Quando entrevistei duas meninas e lhes perguntei o que era amizade para elas, elas me mostraram uma cópia de uma mensagem que circula pela Internet e que fala sobre a amizade. Essa parte da entrevista acabou se pautando na mensagem – conforme eu a lia, ia fazendo perguntas às meninas. Deixei meu e-mail com elas para que elas me enviassem a mensagem posteriormente e dentro de alguns dias comecei a receber mensagens que falavam sobre amizade. Uma delas contava a história de um menino que seduzido por uma placa que dizia: CACHORRINHOS À VENDA em uma loja, entrou para ver os filhotinhos. Entre os cachorrinhos, havia um que tinha uma deficiência em uma das patinhas, e por isso andava com dificuldades. Foi o cachorrinho escolhido pelo garoto. O dono da loja, intrigado, tentou convencer o menino de que ele não queria de fato aquele cachorrinho, pois ele nunca poderia brincar normalmente como os outros cães. O menino levantou sua calça, mostrou sua perna “cruelmente retorcida e inutilizada, suportada por um grande aparato de metal” e disse: “Bom, eu também não posso correr muito bem, e o cachorrinho vai precisar de alguém que o entenda”. A mensagem se encerra da seguinte forma:

*“Moral:
Na vida não importa como és, mas que alguém te aprecie pelo que és, e te aceite e te ame incondicionalmente. Um verdadeiro amigo é aquele que chega quando o resto do mundo já se foi. Mande esta mensagem a todas as pessoas que consideras especial.
Eu acabo de fazê-lo!
Amigo não tem defeito”.*²⁹

Segundo Rezende, entre os cariocas, “era a amizade que, de certo modo, transformava o diferente em ‘gente também’, mostrando que a idéia de ‘humanidade’ não era dada, mas acionada contextualmente” (2002, p. 151).

No Rio de Janeiro, o diferente que virava gente tinha outra classe, outra etnia. Em Recife, por outro lado, embora essas diferenças também possam ser sentidas, nos discursos sobre

²⁹ Mensagem recebida em 30 de agosto de 2003, às 21h56min. A Internet hoje representa um importante espaço de troca de mensagens alegóricas entre as meninas, tal qual acontecia nas gerações passadas através dos “cadernos de recordação”, que circulavam entre as amigas. O tradicional diário (“meu querido diário...”) ainda existe hoje: são as “agendas”. Pude observar que na agenda não se anota tudo, mas o que é mais importante de ser lembrado: os

a amizade parece que a diferença fundamental que é diluída é a de comportamento. Duas meninas, por exemplo, contaram o caso de uma menina da qual elas “odiavam” “por causa do jeito de vestir dela”, mas que depois a conheceram melhor, devido a um grupo de trabalho do colégio, e viram que ela é “super legal”. Se a sociabilidade elabora certas diferenças, fazendo com que elas pareçam não existir, a amizade vai mais além. Ela faz com que os “defeitos” de outras pessoas sejam tolerados ou até mesmo esquecidos.

Uma figura importante no caso das relações de amizade entre jovens mulheres é a *melhor amiga*. Se os amigos em geral são vistos como aqueles com quem e para quem se “pode contar”, a melhor amiga é aquela em que a confiança é incondicional, aquela com quem se pode compartilhar absolutamente todos os assuntos:

Amanda (14): A gente fala umas coisas entre a gente que a gente não fala com outras pessoas, porque não se sente, né, não tem muita intimidade.

Pollyana (14): não, tem umas que são mais próximas. Assim, porque eu e ela vive no grupo, aí, conto tudo pra ela e, assim, a gente é melhor amiga. Mas nunca assim, não é também quando chega no colégio não é aquele grude eu e ela, e não sei o que. A gente anda com todo mundo. Agora lógico que os particulares é eu ligando pra ela, ela ligando pra mim. Mas sai com todo mundo, assim, amigo da sala toda, sem ter problema.

Elaine: a diferença é o que? Entre vocês, vocês contam mais coisas do que entre as outras pessoas?

Amanda (14): ela conta mais pra mim e eu conto mais pra ela. Mas as coisas supérfluas a gente conversa com as outras meninas, já aconteceu assim na boa, mas só que tem coisas que eu não posso contar, aí eu conto pra ela.

Sibila (21): eu acho que é a pessoa que você se abre mais e é aquela pessoa que todos os programas que você vai fazer, em amigos, ela tá incluída. Sempre, tá em grupo, ela tá perto.

Sandra (20): é uma pessoa assim que você não tem medo de falar nada. Você pode falar de mãe, de amigo, de sexo, de medo, de tudo. Você pode ser apoiada à hora que você quiser, você sabe que pode confiar.

A confiança entre melhores amigas supõe intimidade e afinidade, mas isso não significa necessariamente ter as mesmas opiniões, temperamentos ou comportamentos que a melhor amiga. A afinidade e a intimidade se constroem entre pessoas que “combinam”, ou que se “complementam”:

Elaine: e qual é a diferença, daí, do melhor amigo, a melhor amiga, dos amigos, em geral?

Cristina (15): eu acho assim ó, tem mais aproximação e tipo combina mais com você. Essa finalidade de combinar mais. Eu acho que entender melhor. Eu acho que é o objetivo principal.

Elaine: e o que que faz ficar mais próximo, assim?

Ayesha (13): ah, você tem mais afinidade com a pessoa, conversa com essa pessoa...

Cristiane (13): pensa as mesmas coisa. Pensa as mesmas coisas não...

Ayesha: conversa mais com essa pessoa.

Cristiane: ... que nós somos melhores amigas e somos completamente diferentes. Ah, sei lá.

eventos mais emocionantes ou marcantes, as paqueras e festas, as brincadeiras cotidianas entre amigas, as inquietações de mulher.

Elaine: mas porque você acha que são diferentes?

Cristiane: ela é totalmente diferente do que eu. Ela age, assim, o jeito dela pensar.

Ayesha: uma equilibra a outra, sabe?

Cristiane: como se uma completasse a outra, aí equilibra. O que falta em uma tem demais em outra.

Ayesha: aí fica equilibrando a nossa amizade.

Um dos aspectos mais calorosamente discutidos durante as entrevistas se refere à amizade entre os diferentes gêneros. Algumas meninas diziam que não dá para contar tudo para amigos meninos, pois eles contariam para outros meninos; outras meninas disseram que meninos são amigos mais fiéis do que meninas, sendo que estas às vezes são falsas e fofoqueiras; outras meninas disseram que já tiveram grandes amizades com meninos desfeitas depois de namorarem eles, serem cantadas, ou descobrirem que eles estavam apaixonados por elas; outras ainda ressaltaram que eles são mais racionais, e, portanto, melhores conselheiros. Já os meninos disseram que as meninas nunca são tão amigas quanto os meninos; que entre elas há muitas brigas e fofocas; e que a amizade entre pessoas de diferente gênero sempre envolve um certo “interesse”.

Apesar da variedade de questões levantadas sobre amizade e gênero, foi possível perceber que a possível atração entre meninos e meninas pode se tornar um empecilho para a amizade, seja no momento em que um dos amigos acaba confundindo os sentimentos, seja quando amigos se tornam namorados ou “ficantes”.

Pollyana (15): eu considerava André como amigo, hoje em dia não considero mais não. Eu não considero mais não. O menino dando em cima de mim, depois eu vou considerar o menino amigo, eu não me sinto à vontade de dizer nada pra ele.

Daniela (15): é porque assim, eu não tenho nenhum amigo homem que eu conte tudo assim o que eu conto pra ela. Acho que é difícil.

Pollyana (14): assim, conheço gente que tem amigo homem.

Daniela: eu já tive, mas hoje em dia... Eu namorei com ele aí acabou, aí acabou a amizade também, né.

Caio (15): amizade assim, pessoas do mesmo sexo, é a amizade assim, tipo, mais que você conversa sobre tudo, tá ligado, e outro sexo eu acho que às vezes rola aquele clima, tá ligado, muitas vezes isso.

Sandra (20): eu tinha um (amigo), é porque eu manerei mais de falar as coisas depois que eu descobri que ele era afim de mim (risos). Aí eu manerei, mas mesmo assim eu ainda falo muita coisa.

Da mesma forma que no caso londrino estudado por Rezende,

“havia aqui duas idéias conflitantes a respeito da possibilidade de haver amizade entre homens e mulheres. A primeira era a noção – não apenas nativa, mas comum ao pensamento ocidental moderno – de que a amizade, *a priori*, não é uma relação sexual. Ao mesmo tempo, admite-se que homens e mulheres podem sentir-se atraídos uns pelos outros.” (REZENDE, 2002, p. 63).

É como se a amizade entre meninos e meninas estivesse sempre na “corda-bamba do desejo”. Apaixonar-se por um amigo não é algo almejado por nenhuma menina (e uma das entrevistadas estava vivendo este dilema, com medo de revelar seus sentimentos e perder a amizade). Revelar que um sentimento que se tinha por um amigo ou amiga tornou-se desejo é perigoso, “dar em cima” pode ser o fim da amizade.

Rezende percebeu que a amizade entre diferentes gêneros era particularmente problemática na adolescência:

“nessa fase, meninos e meninas não se viam como ‘apenas outra pessoa’, e sim como seres ‘de outra espécie’, entre os quais a relação era estranha, complicando assim possíveis amizades. Uma vez que essa era considerada uma fase de despertar sexual, era difícil não ver o outro em primeiro lugar como um ser sexual, com a dimensão do gênero em evidência” (REZENDE, 2002, p. 64).

A isso se poderia somar, nas amizades juvenis estudadas em Recife, uma percepção essencializada das diferenças de gênero. Assim, amigos e amigas eram diferentes em primeiro lugar por serem homens e mulheres: elas são invejosas, fofoqueiras; eles são práticos, mas podem usar a amizade com meninas “como um troféu”.

Elaine: e dá pra ter amigo rapaz, assim é igual como se fosse menina?

*Iara (14): tem que ter um pouquinho de cuidado, assim, porque tem menino que é assim, que é o melhor amigo, aí eles pega, começa a conversar coisa assim, aí ficam sabendo coisa assim e tal, aí conta pra outros meninos. Aí tem que ter mais cuidado. Agora, **amigo menino é muito mais fiel que amiga mulher. Tem mulher que é muito falsa.***

Elaine: tipo de competir, às vezes?

Iara: é. Ela diz que é sua melhor amiga mas no fundo não é.

Elaine: mas é diferente a conversa entre, com um rapaz e com uma moça?

Sandra (20): assim, é bom porque são pontos de vista diferentes. O jeito que o menino encara [...].

Elaine: e é mais fácil, quando tá com uma bronca, falar com eles pra arranjar uma solução?

*Sandra: é porque assim, eu acho que **os meninos são muito mais práticos**, assim, sabe, tudo pra eles, ah, relaxa...*

Sibila (21): não tem problema não...

Sandra: é, mais práticos, tentam entender a fundo a questão, buscar o problema, tem mais calma, não sei o que. Eles são mais práticos, eu acho.

*Patrícia (15): que **amizade de homem eu acho que é mais forte.***

Elaine: é mesmo?

*Patrícia: **não faz fofoca.***

Também são as diferenças de gênero, percebidas de forma essencializada, que marcam os aspectos positivos ou negativos das relações de amizade com meninos e com meninas:

Angélica (15): eu acho que assim, existe uma certa diferença porque às vezes você vai falar uma coisa pra sua amiga aí você fica meio assim, porque por exemplo, pra falar mesmo de paquera, aí você fica meio assim pra falar com ela, sabe, [...] vai que ela vai dar em cima.

Raquel (16): **mulher tem essa coisa de fofoca também, sabe.**

Elaine: *é... é competição, será? Que você tá querendo dizer?*

Raquel: *tem, tem.*

Angélica: *é, tem uma certa competição.*

Elaine: *e amizade de menino é confiável, tanto quanto de menina?*

Karine (15): *muito mais, porque **menina, mesmo amiga ela sempre quer lhe botar para trás.***

Cristiane (19): *tá aí, eu não acho. Eu acho que **amizade com menina rola muita inveja, mas menino usa tudo como um troféu.** Tipo, eu conheço aquela dali, eu sei disso...*

Elis (16): *[...] porque tem menino que tem mais cabeça que algumas meninas, que dá pra você confiar, contar tudinho. Tem menina que também assim tem cabeça, que você pode contar tudo e confiar, assim, eu acho os dois iguais. Só que tem o seguinte, assim, menino você não vai conversar sobre menstruação, coisa assim, entendeu?*

Karine: *aí é.*

Elis: *aí você acaba assim falando outros assuntos, entendeu?*

Karine: *menino é bom, assim porque **ele é meio protetor**, agora também **tem uns que são protetores demais**, só que não dá pra conversar tudo, assim.*

Elis: *é, tem uns que ficam até com ciúme.*

Caio (15): *e também menina nunca é tão amigo como menino. **Menino fica bem mais amigo mais fácil, fica ali mais amigo do que mulher.***

Ayesha (13): *ah, a gente é mulher a gente briga mais, ah porque não sei o que, **acho que tem fofoca, discussão.** É bem mais...*

Elaine: *e homem não fofoca não?*

Carlos (15): *muito. Mas não briga.*

Cristiane (13): *Não sei por que, mas a gente vive brigando.*

Carlos: *eu e Caio a gente nunca brigou.*

* * *

Segundo Rezende,

“os discursos sobre a amizade revelam uma série de aspectos mais gerais acerca da dinâmica social de cada um dos contextos socioculturais estudados. São, pois, discursos implícitos sobre o processo de fazer distinções sociais, refletindo questões muitas vezes ambíguas na forma de construir identidades e alteridades” (REZENDE, 2002, p. 27).

Nos dois contextos estudados pela autora, ela faz uma ponte entre os discursos sobre a amizade e as concepções de pessoa vigentes nas duas sociedades. De certa forma, foi possível perceber que as representações de amizade entre essas jovens mulheres de Recife não correspondiam nem totalmente ao modelo londrino, nem ao carioca. Mas os dados coletados durante a pesquisa não me permitem ir muito mais além neste debate.

Foi possível perceber que a amizade para essas meninas é uma relação que envolve intimidade, reciprocidade, sendo, acima de tudo, uma relação de confiança que pressupõe um duplo “contar” (no amigo e para o amigo).

De que forma essa representação de amizade está associada a discursos mais abrangentes “da sociedade” e a uma determinada concepção de *self* ou pessoa, somente um estudo mais específico sobre o tema poderia nos dizer.

7. Considerações Finais

Shopping center, paquera, amizade, lazer, consumo, gênero... Cada capítulo ou tema desta dissertação é um universo a ser desvendado, e poderia sozinho ser objeto de uma pesquisa. Isso dá a esse trabalho um caráter exploratório, mas é preciso tentar desenhar algo um pouco conclusivo ao final de uma empreitada deste tipo.

Comecei essa pesquisa com um trabalho de campo um tanto quanto atribulado. Em certos momentos era difícil saber se o problema era a antropóloga, suas informantes ou a relação entre ambas. Talvez não houvesse um “problema”. Talvez a questão estivesse no campo das expectativas – grandes demais de minha parte, inexistentes da parte delas.

Mesmo nos meses mais angustiantes de procura de uma relação próxima com as meninas, houve momentos gratificantes: na mesa de uma praça de alimentação, uma ou outra menina me contando novidades – *Estou namorando!* – ou a simples tarde “perdida” jogando conversa fora, falando dos atores mais bonitos dos últimos filmes ou novelas. E quando voltei do “mundo do shopping center” para o “meu mundo”, acabei sentindo que havia restado um saldo muito positivo de todos os meses investidos no trabalho de campo – mais do que o trabalho que começava a ser rabiscado, restaram tímidas trocas de idéias, a leitura de alguns trechos da dissertação por parte de algumas meninas e comentários como *O sábado no shopping é assim mesmo, parece que fui eu que escrevi...* e *Pode ser esse título, ninguém vai se ofender, afinal nós dissemos que somos patricinhas mesmo...*

Em certos momentos, meu trabalho parecia um contra-senso ou um capricho, como no congresso em que apresentei as primeiras “descobertas” do campo e como único comentário ouvi: *Que bonitinho, meninas de shopping center!* De fato, eu sabia que a juventude ganha visibilidade e torna-se tema de conversas e de trabalhos acadêmicos não pelas suas práticas estudadas aqui, mas geralmente por suas características mais negativas ou radicais.

Nesta dissertação, pelo contrário, é justamente um discurso do bom-comportamento que parece costurar toda a etnografia (uma espécie de colcha de retalhos de diferentes temas), dando certa coesão ao trabalho. É este discurso que posiciona as meninas e posiciona “as/os outras/os”, definindo fronteiras entre diferentes grupos e estabelecendo uma narrativa sobre certos padrões de comportamento.

Com o tempo foi possível perceber que este discurso do bom-comportamento podia ou não estar acompanhado de práticas bem-comportadas. Dito de uma forma melhor, uma mesma prática poderia ser considerada bem-comportada (e definida, qualificada e nomeada positivamente) ou não (sendo neste caso percebida de forma mais negativa). Os discursos qualificavam positiva ou negativamente as práticas de acordo com uma série de fatores, por exemplo: os outros que fumam e bebem o fazem porque são imaturos ou simplesmente más

companhias; minha amiga que fuma e bebe é minha amiga porque tem uma “boa cabeça”, embora faça o que faz.

Dessa forma, o discurso do bom-comportamento se associa às relações de amizade, à definição de identidades, ajudando a construir a noção de quem são os maloqueiros ou as patricinhas; de quais são as patricinhas da aparência e quais tem a cabeça de patricinha; que meninas e meninos são “galinhas”. Neste jogo de quem é quem, a sociabilidade tem o papel de elaborar diferenças, e a amizade de as diluir.

Sobre a amizade, pode-se dizer que ela é marcada por um duplo *contar*: para o amigo e com o amigo. Os maiores amigos são aqueles para quem mais se *conta* os assuntos mais íntimos, e com quem se pode *contar* em todas as horas. A amizade pressupõe ainda uma reciprocidade – na medida em que eu conto com e para meu amigo ou amiga, ele ou ela podem também contar para mim e comigo.

As amizades são ainda influenciadas pelas diferenças de gênero, vistas de forma essencializada. Primeiro, porque os amigos e as amigas são diferentes na medida em que meninos e meninas são diferentes. Segundo, porque entre amigos de diferentes gêneros corre-se sempre o risco da atração física, embora as amizades sejam relações que não envolvam sexo ou uma afetividade mais romântico-amorosa.

Também foi possível perceber que as relações de gênero estabelecidas pelas meninas são marcadas pela *busca* do namorado ideal e da relação perfeita. As meninas buscam uma relação estável, embora quando a alcançam não sintam tanta satisfação.

Nas relações de gênero permanecem os estereótipos e algumas regras de muitos anos atrás, como a imagem do “garanhão” e da “galinha” (embora este último adjetivo não seja mais empregado apenas para elas), a representação da sexualidade feminina como algo a ser resguardado e a masculina como algo a ser exercido, e das meninas como seres frágeis, propensos ao sofrimento através das relações com os meninos. Embora certas práticas como o “ficar” e o “rolinho” possam ser vistas como importantes rupturas com os modelos tradicionais de relações de gênero, os estereótipos construídos pelas/os jovens estão intimamente relacionados com o discurso do bom-comportamento, herdando desses modelos tradicionais muito de seu conservadorismo.

Ainda no campo do gênero, percebeu-se que existem “conversas de homem”, “conversas de mulher” e conversas para serem compartilhadas entre meninos e meninas, e que os “Clubes da Luluzinha” são os espaços de trocas dos assuntos eminentemente femininos.

Um último elemento etnográfico que merece ser resgatado aqui é o uso ritualizado do shopping center que as meninas realizam, que guarda diferentes ritmos para diferentes dias da

semana e diferentes companhias. O consumo realizado no shopping também obedece a certos rituais, o que define o shopping com um espaço pedagógico aonde são internalizadas posturas, jeitos e práticas femininas, como o *escolher* que tem um papel especial nas compras; o *reparar* nas pessoas, que está relacionado com o *ver e ser visto*; enfim, formas de classificar a si e aos demais. Além disso, a experiência aprendida e vivenciada no shopping center será útil em outros contextos ou espaços de lazer e sociabilidade.

Teoricamente, este trabalho avança em algumas direções a fim de compreender um pouco mais das práticas juvenis (femininas e masculinas). Foram dados alguns passos em direção a uma definição e problematização de juventude que não esteja centrada nos seus aspectos “anômicos”, em suas práticas espetaculares, desviantes ou rebeldes. Isso pressupõe também uma relativização das juventudes abordadas, vistas como diversas. Só assim é possível teorizar sobre juventude a partir do que nos dizem e fazem os próprios jovens.

Uma contribuição interessante para o debate sobre juventude é o uso da noção de microculturas para a compreensão dos grupos juvenis (femininos), o que permitiu uma inclusão das meninas nos trabalhos sobre juventude de forma ativa e positiva, através da apreensão de suas próprias práticas e narrativas e de seus lazeres mais ordinários e cotidianos.

A inclusão de uma perspectiva de gênero, cruzando duas categorias primeiras de classificação social – idade e sexo – me parece essencial para discutirmos juventude, por diversos motivos: porque atravessar as etapas do ciclo de vida não é a mesma coisa para homens e para mulheres; porque as diferenças sexuais são tão manipuladas e manipuláveis quanto as diferenças de idade na construção de hierarquias e padrões de comportamento; porque indivíduos e grupos quando constroem suas identidades e estabelecem relações interpessoais estão trabalhando com gênero e com idade.

Nesse interem, a inclusão de um olhar sobre as *regras de comportamento*, não necessariamente apenas as impostas pelos adultos para os jovens, mas também aquelas elaboradas pelos próprios jovens, pode ser elucidativa de algumas diferenças de gênero fundamentais nas práticas juvenis.

Ainda há muito que se dizer a respeito das práticas juvenis femininas (e masculinas). Estamos ainda debutando nas perspectivas não-adultocêntricas, que procurem ver os jovens a partir dos próprios jovens, das regras e práticas que eles e elas constroem cotidianamente.

Partir de uma postura relativista, que busque pelas “representações nativas” me parece a principal contribuição da Antropologia para os estudos de juventude. A realização de pequenas etnografias, que tenham seu foco num recorte sobre pequenas esferas da vida dos jovens (o grupo de amigos, o clube freqüentado, a pelada na esquina, o baile de sábado à noite)

talvez seja a forma através da qual nós, antropólogos e antropólogas, poderemos construir uma abordagem sobre os jovens que inclua aqueles que não têm tido muita voz (as meninas e os meninos enquanto meninas e meninos, jovens de cidades pequenas, jovens bem-comportados).

É difícil não terminar um trabalho como este com a sensação de que restaram mais dúvidas do que respostas. Obviamente, muitas questões que foram levantadas aqui não chegaram nem perto de serem esgotadas ou aprofundadas. Uma próxima etapa desta empreitada seria caminhar em direção de análises que façam conexões entre as práticas juvenis e seus contextos, como por exemplo, o estudo da amizade que a interprete a partir da noção de pessoa vigente na sociedade. Ou ainda buscar por trabalhos que comparem certas práticas juvenis com as de outras fases da vida, ou que estudem os momentos de transição de uma etapa a outra deste ciclo.

Mas antes de tudo, precisamos que os pesquisadores percam o medo de desconstruir, sempre, as pré-noções, passando a procurar pelo diverso tanto em seus recortes quando em suas abordagens.

Referências Bibliográficas

ABRAMO, Helena Wendel. *Considerações sobre a tematização social da juventude no Brasil*. **Revista Brasileira de Educação, número especial: Juventude e contemporaneidade**. ANPED, n° 5-6, maio a dezembro, 1997.

_____. **Cenas Juvenis**. São Paulo: Scritta/ANPOCS, 1994.

AMIT-TALAI, Vered. *Conclusion: the 'multi' cultural of youth*. In: AMIT-TALAI, Vered e WULFF, Helena (eds.). **Youth cultures: a cross-cultural perspective**. London and New York, Routledge, 1995.

ARIÈS, P. **História Social da criança e da família**. 2ª edição. Rio de Janeiro: Guanabara, 1981.

ARIOVICH, Laura; PARYSOW, Javier; VARELA, Alejandro. *Juegos en el Shopping Center*. In: MARGULIS, Mario. **La Juventud es más que una palabra**. 2ª Ed. Buenos Aires: Biblos, 2000.

BALANDIER, Georges. **Antropo-lógicas**. São Paulo: Editora Cultrix, 1976.

BALDINI, Máximo (org.). **Amizade & filósofos**. Bauru, SP: EDUSC, 2000.

BOURDIEU, Pierre. **Cuestiones de Sociología**. Madrid: Ed. Istmo, 2000.

_____. *As contradições da herança*. In: LINS, Daniel (orgs.) **Cultura e Subjetividade: saberes nômades**. Campinas: Papirus, 1997.

_____. **O poder simbólico**. Lisboa: Difel, 1989.

_____. *Gostos de classe, estilos de vida*. In: ORTIZ, Renato (org.) **Pierre Bourdieu: Sociologia**. São Paulo: Ática, 1983.

BRITTO DA MOTTA, Alda. *Gênero e Geração: de articulação fundante a 'mistura indigesta'*. Trabalho apresentado no VI Simpósio Baiano de Pesquisadora (es) sobre mulheres e relações de gênero. 2000.

CASTRO, Lucia Rabello (org.) **Crianças e jovens na construção da cultura**. Rio de Janeiro: NAU Editora/FAPERJ, 2001.

CLARKE, John; HALL, Stuart; JEFFERSON, Tony; ROBERTS, Brian. *Subcultures, cultures and class*. In: HALL, Stuart e JEFFERSON, Tony (eds.). **Resistance through rituals: youth subcultures in post-war Britain**. London: Routledge, 1996.

DA MATTA, Roberto. **Relativizando: uma introdução à antropologia social**. Rio de Janeiro: Rocco, 1987.

DAMACENO, Malba Kaline Vieira. **Mundo de fantasias: um estudo sobre as relações de consumo, lazer e sociabilidade dos jovens no Shopping Center Iguatemi de Campina Grande – PB**. Monografia. Curso de Ciências Sociais, Depto. de Sociologia e Antropologia, Campina Grande – UFCG, 2002.

EISENSTADT, S. N. **De Geração à Geração**. São Paulo: Ed. Perspectiva, 1976.

FEIXA, Carlos. **El Reloj de Arena: culturas juveniles em México.** México: Causa Jovem/Centro de Investigación y Estudios sobre Juventud, 1998.

FORACCHI, Marialice M. **A juventude na sociedade moderna.** São Paulo: Pioneira, 1972.

FRAGA, Alex Branco. **Corpo, identidade e bom-mocismo: cotidiano de uma adolescência bem-comportada.** Belo Horizonte: Autêntica, 2000.

FRANCH GUTIERREZ, Mônica Lourdes. **Tardes ao léu: um ensaio etnográfico sobre o tempo livre entre jovens de periferia.** Dissertação de Mestrado em Antropologia. UFPE, Recife, 2000.

FRITH, Simon. *Critiques of Sub-Cultural Theory.* In: **The Sociology of Youth.** Londres, Causeway Press Ltd., 1984. Pp. 49-58.

_____. **Sound Effects: Youth, Leisure and the Politics of Rock n'Roll.** New York, Pantheon Books, 1981.

FRÚGOLI JUNIOR, Heitor. *Os Shoppings de São Paulo e a trama do urbano: um olhar antropológico.* IN: PINTAUDI, Silvada Maria e FRÚGOLI JR., Heitor (orgs.) **Shopping Centers: Espaço, cultura e modernidade nas cidades brasileiras.** São Paulo: Editora da UNESP, 1992.

GARBER, Jenny e MCROBBIE, Angela. *Girls and subcultures.* In: HALL, Stuart e JEFFERSON, Tony (eds.). **Resistance through rituals: youth subcultures in post-war Britain.** London: Routledge, 1996.

GEERTZ, Clifford. **Nova luz sobre a antropologia.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2001.

_____. **A interpretação das culturas.** Rio de Janeiro: LTC, 1989.

GIDDENS, Anthony. **A transformação da intimidade: sexualidade, amor & erotismo nas sociedades modernas.** São Paulo: Editora Universidade Estadual Paulista, 1992.

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

HALL, Stuart e JEFFERSON, Tony (eds.). **Resistance through rituals: youth subcultures in post-war Britain.** London: Routledge, 1996.

HEILBORN, Maria Luiza. *A costela de Adão revisitada: gênero e hierarquia.* XVIII Reunião Anual da ABA. Belo Horizonte, 1992.

HEILBORN, Maria Luiza. *Sobre sexualidade, gênero, corpo e juventude*”. In: BRUSCHINI, Cristina e UNBEHAUM, Sandra G. (orgs.) **Gênero, democracia e sociedade brasileira.** São Paulo: FCC; Ed. 34, 2002.

JELÍN, Elizabeth. *Las Familias en América Latina.* IN: ISIS Internacional, **Ediciones de Las Mujeres**, nº 20, 1994.

KUPER, Adam. **Cultura: a visão dos antropólogos.** Bauru, SP: EDUSC, 2002.

LEMOS, Celina Borges. *O Shopping Center como espaço na experiência urbana de Belo Horizonte*. IN: PINTAUDI, Silvana Maria e FRÚGOLI JR., Heitor (orgs.) **Shopping Centers: Espaço, cultura e modernidade nas cidades brasileiras**. São Paulo: Editora da UNESP, 1992.

LEVI, G. e SCHMITT, J.-C. (org.) **História dos Jovens: da Antiguidade à Era Moderna**. Vol. 1. São Paulo: Cia. Das Letras, 1996.

LOURO, G. L. **Gênero, sexualidade e Educação: uma perspectiva pós-estruturalista**. 3ª edição. Petrópolis: Vozes, 1999.

MALINOWSKI, Branislaw. **Argonautas do Pacífico Ocidental**. 2ª Ed. São Paulo: Editora Abril Cultural, 1978 (Coleção Os Pensadores).

MARGULIS, Mario. **La Juventud es más que una palabra**. 2ª Ed. Buenos Aires: Biblos, 2000.

MÜLLER, Elaine. *Socialização, conflito e mudança: premissas antropológicas para um debate interdisciplinar sobre juventude*. Trabalho final da Disciplina História e Teoria Antropológica I. PPGA – UFPE. Recife, julho 2002.

_____. *Incorporando a noção de gênero no debate sobre juventude*. Trabalho apresentado no Encontro Fazendo Gênero V. Florianópolis, 8 a 11 de outubro de 2002.

_____. *“Jovem-center”: apropriação e resignificação de um espaço urbano*. In: www.iuperj.br. VII Congresso Luso-Afro-Brasileiro de Ciências Sociais. Setembro 2002.

_____. **Freqüentando o shopping: sociabilidade entre jovens na praça**. Trabalho de Conclusão de Curso, Ciências Sociais – UFSC. Florianópolis, dezembro 2000.

PAIS, José Machado. **Culturas Juvenis**. Lisboa: Imprensa Nacional Casa da Moeda, 1993.

PARSONS, Talcott. *A classe como sistema social*. [1963]. In: Britto, Sulamita (org.) **Sociologia da Juventude, III**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1968.

_____. *Edad y Sexo en la Estructura social de los Estados Unidos de Norteamérica*. In: **Ensayos de teoría sociológica**. Buenos Aires: Paidós, 1967.

PEREIRA, Cláudia da Silva. **As patricinhas da Zona Sul: a adolescência nas camadas médias cariocas**. Dissertação de Mestrado. UFRJ, PPGSA. Rio de Janeiro, 2003.

PINTAUDI, S. M. e FRUGOLI JR., H. (orgs.) **Shopping centers: espaços, cultura e modernidade nas cidades brasileiras**. São Paulo: Ed. Da UNESP, 1992.

PINTAUDI, Silvana Maria. *O shopping center no Brasil: condições de surgimento e estratégias de localização*. IN: PINTAUDI, Silvana Maria e FRÚGOLI JR., Heitor (orgs.) **Shopping Centers: Espaço, cultura e modernidade nas cidades brasileiras**. São Paulo: Editora da UNESP, 1992.

REGUILLO CRUZ, Rosana. **Emergencia de Culturas Juveniles. Estratégias Del Desencanto**. Buenos Aires: Grupo Editorial Norma, 2000.

REZENDE, Claudia Barcellos. **Os significados da amizade:** duas visões de pessoa e sociedade. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2002.

_____. *Representações sobre amizade e pessoa: uma reflexão comparativa entre ingleses e brasileiros.* In: **Estudos de Sociologia**, Revista do Programa de Pós-Graduação em Sociologia da UFPE, vol. 1 (2) pp. 85-96, 1995.

RIFIOTIS, T. *Grupos etários e conflitos de gerações: bases antropológicas para um diálogo interdisciplinar.* **Política & Trabalho** 11, setembro 1995.

ROSSARI, Tânia Torres. *Demarcação de identidade em espaço coletivo: o Shopping Iguatemi de Porto Alegre.* IN: PINTAUDI, Silvana Maria e FRÚGOLI JR., Heitor (orgs.) **Shopping Centers: Espaço, cultura e modernidade nas cidades brasileiras.** São Paulo: Editora da UNESP, 1992.

SACCHI, Angela Célia. *Estudos de Gênero em sociedades indígenas: considerações sobre o caso Kaingang.* Trabalho apresentado no GT Estudos Interdisciplinares Jê do Sul, na IV RAM. Curitiba, PR, 11 a 14/11/2001.

SANTOS JUNIOR, Wilson Ribeiro dos. *Shopping Center: uma imagem de espelhos.* IN: PINTAUDI, Silvana Maria e FRÚGOLI JR., Heitor (orgs.) **Shopping Centers: Espaço, cultura e modernidade nas cidades brasileiras.** São Paulo: Editora da UNESP, 1992.

SCOTT, Joan. *Gênero: uma categoria útil de análise histórica.* IN: **Educação e Realidade.** Porto Alegre: v. 16, nº 2, p. 5-22, julho/dezembro de 1990.

SEGALEN, Martine. **Ritos e rituais contemporâneos.** Rio de Janeiro: Editora FGV, 2002.

SIMMEL, George. *Sociabilidade – um exemplo de sociologia pura ou formal.* IN: Moraes, E. (org.), **Sociologia.** São Paulo: Ática, 1983. p. 165-181 (coleção Grandes Cientistas Sociais, 34).

SOARES, Luiz André. *Entre a “casa” e a “rua”: revisitando o espaço shopping center no Brasil.* In: Cadernos Discentes COPPEAD, Rio de Janeiro, nº 2, p. 80-92, 2000.

SUÁREZ, Mireya. *A Problematização das diferenças de Gênero e a Antropologia.* IN: AGUIAR, Neuma (org.) **Gênero e Ciências Humanas.** Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 1997.

SUASSUNA, Dulce Maria Figueira de Almeida. **Fronteiras imaginárias no shopping center** (o consumo de discurso da diferença no Shopping Center Conjunto Nacional de Brasília). Dissertação de Mestrado em Ciências Sociais. UFPb. João Pessoa, 1996.

WOLF, Eric R. *Parentesco, amizade e relações patrono-cliente em sociedades complexas.* In: Textos de Aula. Antropologia 7. Universidade de Brasília, s.d.

WULFF, Helena. *Inter-racial friendship: consuming youth styles, ethnicity and teenage femininity in South London.* In: AMIT-TALAI, Vered e WULFF, Helena (eds.). **Youth cultures: a cross cultural perspective.** London and New York, Routledge, 1995.

_____. *Introducing youth culture in its own right: the state of the art and new possibilities.* In: AMIT-TALAI, Vered e WULFF, Helena (eds.). **Youth cultures: a cross cultural perspective.** London and New York, Routledge, 1995b.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ANTROPOLOGIA

**As patricinhas no mundo do
shopping center:
um discurso e algumas práticas
juvenis bem-comportadas**

Elaine Müller

RECIFE, FEVEREIRO DE 2004.

MÜLLER, Elaine.

As patricinhas no mundo do shopping center: um discurso e algumas práticas juvenis bem-comportadas. – Recife: O Autor, 2004.

Dissertação (mestrado) – Universidade Federal de Pernambuco. CFCH. Antropologia, 2004.

Inclui bibliografia.

1. Antropologia social – Juventude – Estudo etnográfico. 2. Juventude (Antropologia) – Gênero, identidade, microcultura e amizade. 3. Lazer e cotidiano – shopping centers – Consumo. 4. Amizade – Juventude – Recife (PE) – Estudo etnográfico. I. Título.

394.2-053.6

CDU (2. ed.)

UFPE

306.481055

CDD (21. ed.)

BC2004-

196