

RELAÇÕES ENTRE SOCIABILIDADE JUVENIL E MERCADO DA DIVERSÃO NOTURNA EM CIDADES MÉDIAS

TEMÁTICA: Población, género e identidade.

NÉCIO TURRA NETO

Professor Departamento de Geografia FCT/UNESP

Professor do Programa de Pós Graduação em Geografia FCT/UNESP

Membro do Grupo de Pesquisa Produção do Espaço e Redefinições Regionais (GAsPERR)

necioturra@fct.unesp.br

Resumo: A partir da Geografia, estamos desenvolvendo um conceito de juventudes que as compreende como uma experiência, ao mesmo tempo histórica e geográfica. Tal experiência envolve tanto uma vinculação à uma geração, quanto a uma espacialidade, que delimita vivências de tempo e espaço especificamente juvenis, onde é possível desenvolver uma cultura diferente daquela das gerações anteriores. Claro, tal experiência não circunscreve tudo que pode ser dito para uma definição de juventudes. Seria necessário também considerar a relação com o futuro, tendo em vista que juventude refere-se a uma fase de vida. Além disso, o termo empregado no plural remete a uma diversidade de experiências, vinculadas a tempos e espaços concretos de existência de juventudes possíveis. Contudo, quando consideramos que a juventude envolve a vivência em grupos de pares, contemporâneos em idade, como dimensão fundante de cultura especificamente juvenil e a relacionamos com a oferta de diversão noturna nas cidades que estamos estudando (cidades médias paulistas e uma paranaense), temos que as relações de sociabilidade juvenil que, ao longo da histórica foram responsáveis pela elaboração de culturas alternativas e contestatórias, estão sendo conformadas a padrões de diversão e sociabilidade ditadas pelo mercado e formatadas enquanto práticas de consumo. Se entendemos que é nessa fase de vida que se formam os valores e as identidades que marcarão toda a geração, devemos elaborar uma leitura crítica da oferta de espaços, práticas e formatos de sociabilidade nas cidades. Nossas pesquisas têm identificado uma presença crescente de estabelecimentos organizados em forma de redes de empresas e de franquias, na oferta de diversão noturna especificamente juvenil, em cidades do interior dos Estados de São Paulo e Paraná. Tal oferta apresenta uma lógica locacional que acompanha a tendência à fragmentação socioespacial nestas cidades. Uma oferta que busca criar e atender a uma demanda de jovens com certo poder de consumo e, por isso, tende a se instalar em eixos ou áreas comerciais que ligam, ou se aproximam, de áreas residenciais de alto status. Formas de diversão implantadas por estratégias empresariais, em que o consumo dá a tônica da sociabilidade juvenil e, ao mesmo tempo, reforça, no plano da produção do espaço urbano e das práticas espaciais ligadas à diversão noturna, a fragmentação socioespacial.

Palavras Chave: Juventudes. Sociabilidade. Diversão Noturna. Fragmentação Socioespacial.

INTRODUÇÃO

Este texto é resultado de um conjunto de reflexões decorrentes de estudos sobre a vida noturna em seis cidades médias: Marília, Presidente Prudente, São Carlos, São José do Rio Preto, Ribeirão Preto, no Estado de São Paulo e Londrina, no Paraná. Tais estudos compõem uma das frentes de preocupações do Projeto Temático “Lógicas Econômicas e Práticas Espaciais: cidades médias e consumo”, financiado pela FAPESP, levado a cabo por pesquisadores ligados ao GAsPERR (Grupo de Pesquisa sobre Produção do Espaço e Redefinições Regionais). Nesse projeto, as práticas espaciais e as lógicas econômicas relacionadas ao consumo no e do espaço são tomadas como possibilidades de se fazer a leitura da reestruturação urbana (na escala da rede urbana) e da reestruturação da cidade (na escala do espaço intraurbano), de forma articulada.

Como está expresso no próprio texto do projeto:

Este projeto de pesquisa tem como eixo central estudar as relações entre reestruturação urbana e reestruturação da cidade, tomando-se como referência o consumo, que será analisado segundo três planos analíticos: 1) as NOVAS LÓGICAS DE LOCALIZAÇÃO DAS EMPRESAS, desenvolvidas como estratégias dos agentes econômicos, orientadas pela ampliação e pela diversificação do consumo, geram NOVAS PRÁTICAS ESPACIAIS entre os que se apropriam do espaço urbano; 2) essas práticas, tanto quanto essas lógicas, redefinem o processo de estruturação urbana, promovem REESTRUTURAÇÃO URBANA e inserem as redes urbanas em escalas mais abrangentes, revelando uma divisão interurbana do trabalho mais complexa, bem como expressam vetores do processo mais amplo de mundialização da economia e de globalização dos valores; 3) elas reorientam o processo de estruturação dos espaços urbanos, podendo-se reconhecer uma REESTRUTURAÇÃO DAS CIDADES, expressando uma nova divisão econômica e social do espaço, que revela aprofundamento das desigualdades socioespaciais, tanto quanto reconstitui as diferenças socioespaciais, agora orientadas, sobretudo, pelas novas formas de consumo. Para esta proposta de pesquisa, esses três planos analíticos só ganham sentido em suas articulações, de modo a contemplar, na análise, as condicionantes subjetivas e objetivas, as dimensões sociais e econômicas. As práticas espaciais e as lógicas econômicas são tomadas, neste projeto, como possibilidades de se fazer a leitura das transformações urbanas e das cidades, sendo este o foco central da análise. O consumo é considerado como o meio a partir do qual as práticas e as lógicas podem ser apreendidas no período atual, razão pela qual ele foi eleito como importante para esta pesquisa, ainda que não seja o objeto de nossa investigação. O ponto de vista que justifica tomar o consumo como um caminho para compreender as práticas e as lógicas está fortemente apoiado na ideia de Bourdin (2005), para quem o consumo mudou de intensidade e conteúdo, bem como de status, conformando o mundo e se associando à tendência de individualização da experiência e aos processos de diferenciação. (SPOSITO, 2011, p. 2).

Uma primeira distinção a ser feita decorre do fato de que estamos trabalhando com espaços não metropolitanos, cuja escala de importância na rede urbana e de densidade populacional os têm

qualificado, conforme a literatura, como cidades médias. Cidades cuja importância deriva de sua posição de intermediação entre a metrópole e outras cidades médias e uma rede de cidades pequenas, que compõem sua região de influência (SPOSITO, 2001). Sobarzo (2008) afirma que as cidades médias podem ser definidas como aquelas que estão na confluência entre as relações de verticalidade e horizontalidade. As primeiras correspondem a ação de agentes hegemônicos, que identificaram no interior do país importante mercado consumidor, como cadeias de lojas, hipermercados, *shopping center*, franquias, que mudam as relações das cidades na rede e, no campo das horizontalidades, ampliam as relações entre a cidade média e as cidades pequenas de sua região. Ao mesmo tempo, a implantação destas novas formas de consumo, no espaço urbano, promove reestruturações significativas das cidades.

Nesse grande projeto, nossa frente de estudos foca na oferta de diversão noturna, buscando identificar a formação de áreas centrais, em que ocorre uma coesão desse tipo de oferta e as práticas espaciais dos sujeitos, daí decorrentes. Estamos no campo do que se tem chamado na literatura de “economia da vida noturna”, que está intimamente ligada a um conjunto de estudos sobre o consumo do álcool e é uma das dimensões (talvez das mais importantes) da vida noturna das cidades contemporâneas (SHAW, 2010; SHAW, 2014).

Assim, nossa problemática de pesquisa envolve tanto as lógicas econômicas dos agentes que ofertam diversão noturna nas cidades, quanto as práticas espaciais que tal oferta desencadeia. O objetivo é identificar se a articulação de lógicas econômicas e práticas espaciais, no caso da diversão noturna, tem reforçado tendências à fragmentação socioespacial, que têm sido identificadas em algumas das cidades estudadas, sobretudo nas maiores.

Tais pesquisas estão sendo levadas a cabo por um time de pesquisadores, sob nossa orientação, que envolve alunos de graduação e pós graduação em Geografia da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”. Cada qual estuda um aspecto da problemática e/ou uma cidade específica. Cabe a nós, na condição de coordenador desta frente, dentro do projeto maior, tecer uma visão de conjunto, numa abordagem comparativa entre as distintas cidades médias.

Neste texto, vamos apresentar algumas das ideias principais que têm orientado o nosso olhar sobre a problemática em questão, abordando os temas das relações entre juventude, sociabilidade e vida noturna, seguido pela discussão da oferta, no contexto de uma economia da vida noturna cada vez mais empresarial e, por fim, apresentaremos as implicações de uma oferta padronizada, na constituição dos sujeitos sociais e de suas práticas.

JUVENTUDE E SOCIABILIDADE

Pensar nas práticas espaciais dos cidadãos, a partir da oferta de diversão noturna, remete-nos a considerar os sujeitos jovens, que são os principais consumidores deste tipo de serviço na cidade. Por isto, devemos refletir um pouco sobre estes sujeitos e sua condição de vida e práticas peculiares, uma vez que as cidades são consumidas/experimentadas de modo diferente, conforme fatores que especificam os sujeitos, como gênero, idade, etnia, classe social etc.

Juventude é entendida aqui, tal como Dayrell (2005), como uma categoria social que não pode ser definida a partir de contornos rígidos e segundo parâmetros universais, visto que imensamente variável, segundo as situações específicas. Para o autor, devemos nos concentrar nos modos de ser jovem, e assim considerar as diversas juventudes. Contudo, para além da diversidade, defendemos a tese de que é preciso pensar um conceito mais generalizável de juventude, pelo qual pudéssemos avaliar os diferentes modos de ser jovem e reconhecer as grandes desigualdades que marcam as

juventudes contemporâneas, que fazem com que certos segmentos sociais possam viver mais plenamente sua condição juvenil do que outros. Isso significa dizer que, apesar de reconhecermos que todos os jovens estão numa mesma fase de vida, por possuírem um corpo jovem e serem assim classificados e reconhecidos nos seus contextos de socialização, a forma como vivem sua juventude varia enormemente.

Nesta direção, temos defendido que, uma das dimensões pelas quais se pode definir a juventude é aquela ligada à experiência em grupos juvenis, em tempos e espaços de sociabilidade em que, ao largo dos controles do mundo adulto, possam elaborar, praticar e fazer circular culturas juvenis – que sejam diferentes daquelas das gerações anteriores. Sem esta experiência, dificilmente podemos pensar que os sujeitos jovens estariam vivendo sua condição juvenil. A juventude, assim, é reconhecidamente uma ideia, uma experiência, uma prática, muito mais do que um fenômeno dado na realidade.

Como argumenta Pais (2003, p. 115), “[...] o tempo colectivo de que os jovens desfrutam, em grupo, é sentido como um tempo mais apropriado que qualquer outro à realização dos seus desejos e interesses de marca especificamente juvenil”. A partir do grupo, os jovens ganham um espelho para a própria identidade, deambulam pela cidade e podem distanciar-se de seus espaços mais familiares e explorar aquilo que a cidade tem a oferecer em termos de experiências juvenis. Nesse sentido, as relações de sociabilidade são fundamentais para pensarmos nas experiências de juventude dos jovens concretos. Por sociabilidade entendemos, segundo Cetrulo (1999) e Simmel (1983), aquelas relações sociais em que o objetivo principal é a própria relação e o prazer que ela proporciona. Na sociedade contemporânea, tais relações estão predominantemente situadas no tempo livre, ligadas ao lazer e diversão. No caso das culturas juvenis, por exemplo, Pais (2003, p. 131) afirma que elas são culturas do tempo livre – um não fazer nada juntos, em “[...] que se produzem as solidariedades e identidades grupais; é nestas ritualidades que se geram as múltiplas construções (e distorções) juvenis da realidade”.

Ainda para Pais (2003), as culturas juvenis, para além de serem socialmente construídas, possuem também uma “configuração espacial”, demandam espaço para existir e, ao mesmo tempo, produzem espaço, ao delimitarem suas áreas de atuação e marcarem-nas com suas características distintivas.

Assim, reconhecemos a necessidade de pensarmos sobre as interações dos jovens em grupos de pares, o que nos remete à seus encontros, suas práticas de estar junto e, em última instância, em suas práticas espaciais. Falar de juventudes, como uma experiência coletiva em grupos de pares, é colocar no centro da definição a sua espacialização, visto que demanda encontro e lugares de encontro – usos e apropriações diversas de espaço que, em alguns casos, pode significar territorializações autônomas pela cidade, mas em outros, como desenvolveremos adiante, podem significar que estão sendo territorializados segundo lógicas de mercado.

OFERTA DE DIVERSÃO NOTURNA E FRAGMENTAÇÃO SOCIOESPACIAL

Diversão e ócio noturnos juvenis, aos finais de semana, constituem elementos recentes em muitas cidades brasileiras, como pudemos identificar em pesquisas anteriores (2014; 2012). Em

idades como Presidente Prudente (Estado de São Paulo) e Guarapuava (Estado do Paraná)¹, até a década de 1970, os espaços e tempos de diversão e ócio confundiam-se com os espaços e tempos da família, da Igreja e eram ritmados pelo trabalho. O momento mais largo de aproveitar o ócio se dava aos domingos à tarde e início da noite, depois das obrigações religiosas e familiares. A Igreja Católica e o Cinema constituíam os pontos a partir dos quais formava-se um passeio na praça e ruas principais das cidades. Um passeio do qual faziam parte toda a família.

Claro que havia momentos em que a diversão se iniciava no sábado e se estendia noite adentro, como no caso de algumas festas da própria Igreja Católica, ou algum baile, em que um importante conjunto musical vinha tocar. Mas, também nesses casos, eram espaços não específicos, onde se encontravam as famílias, os casais e nos quais os jovens e as jovens participavam dos códigos de conduta estabelecidos pela geração anterior.

Nessas cidades, só nos anos de 1970 vemos emergir a oferta de uma diversão que se estende aos sábados à noite e que adentra a madrugada do domingo, segundo modelos de diversão difundidos pela Televisão e Cinema, como as discotecas. Tal oferta já estava direcionada para um público especificamente juvenil. O centro da cidade não era mais o espaço principal do encontro e do passeio coletivo, de uma “comunidade” que se reconhecia, mas foi perdendo centralidade, assim como a Igreja e a Família, no estabelecimento dos ritmos das práticas de encontro.

Comas Arnou (2000) e Pallarés Gómez & Feixa Pampols (2000) identificaram movimento parecido para o caso das cidades espanholas. Para Comas Arnou (2000), os quarenta anos que separam os anos de 1950 e o final da década de 1990, na Espanha, conheceram uma verdadeira revolução no campo do ócio, ligada à modernização da própria sociedade e das cidades. No período, assistiu-se a passagem do domingo destinado ao descanso, com um tipo de ócio familiar e caseiro, para o fim de semana destinado ao consumo do lazer e da diversão. Do descanso para a hiperatividade. Um período em que se consolidou a distinção entre dias de trabalho e fim de semana livre, reconhecido como um direito, e que conheceu, ao mesmo tempo, o incremento, em tamanho e valor agregado, da “indústria do ócio”.

Nesse período, a própria juventude, que é o nicho de mercado principal da indústria do ócio, foi passando por transformações e reivindicando espaços e tempos de autonomia. O tempo livre e as práticas de diversão foram reconhecidos e aceitos como estes espaços e tempos em que era possível construir certa autonomia em relação às imposições do mundo adulto. Nesse sentido, a conquista do final de semana à noite, para as juventudes, foi resultado de confrontos geracionais e teve conteúdos de rebeldia comportamental e ação política. Contudo, reconhece Comas Arnou (2000), aproximando-se do século XXI, com a consolidação do ócio como consumo, as práticas coletivas e juvenis já não têm mais o conteúdo político de antes.

Em sentido similar, Pallarés Gómez e Feixa Pampols (2000) argumentam que um dos aspectos da modernização das cidades espanholas, no pós segunda guerra mundial, foi a aparição de locais, ou zonas, especializados na oferta e consumo de ócio, com a marca do juvenil e do moderno e a valorização da noite e do final de semana, sobretudo, sexta e sábado. São novos espaços comerciais nas cidades, ou espaços comerciais que se superpõe àqueles que funcionam durante o dia e conferem às áreas já centrais uma vida para além do horário comercial.

No nosso caso, pudemos identificar não só uma ampla e variada oferta, como uma oferta de carácter mais empresarial e profissional, que se articula a esquemas mais amplos, como franquias e

¹ Tratam-se de cidades importantes nos seus contextos regionais, em termos de papéis que desempenham na rede urbana. São cidade de porte populacional semelhante e que, ainda hoje, apresentam diversas características em comum.

redes de matrizes e filiais, levando para as cidades pesquisadas os mesmos formatos de diversão noturna, avidamente consumidos por segmentos das juventudes locais, como signos de distinção social e de modernidade.

A modernidade deve-se ao fato de que temos identificado empreendimentos de alto valor agregado e que passaram a vigorar nas cidades estudadas nos últimos 10 anos. Estamos nos referindo a grandes estruturas de casas noturnas e a bares bastante equipados em termos de diversidade de bebidas e pautas de atrações musicais. Algumas ligadas a franquias internacionais ou a redes de bares (que SHAW, 2014, chama de *pubcos*), que levam formatos de diversão noturna que se assemelham àqueles que acontecem nos grandes centros urbanos.

A distinção social decorre do fato de que, tanto nos preços praticados, quanto na localização no contexto do espaço urbano das cidades, é possível identificar estratégias empresariais que selecionam o público e, assim, colocam-se no mercado como espaços e formas de diversão desejáveis, mas que só podem ser consumidas por uma parcela da sociedade – onde se pratica toda sorte de ostentação, mas também onde se realizam investimentos altos para se poder participar.

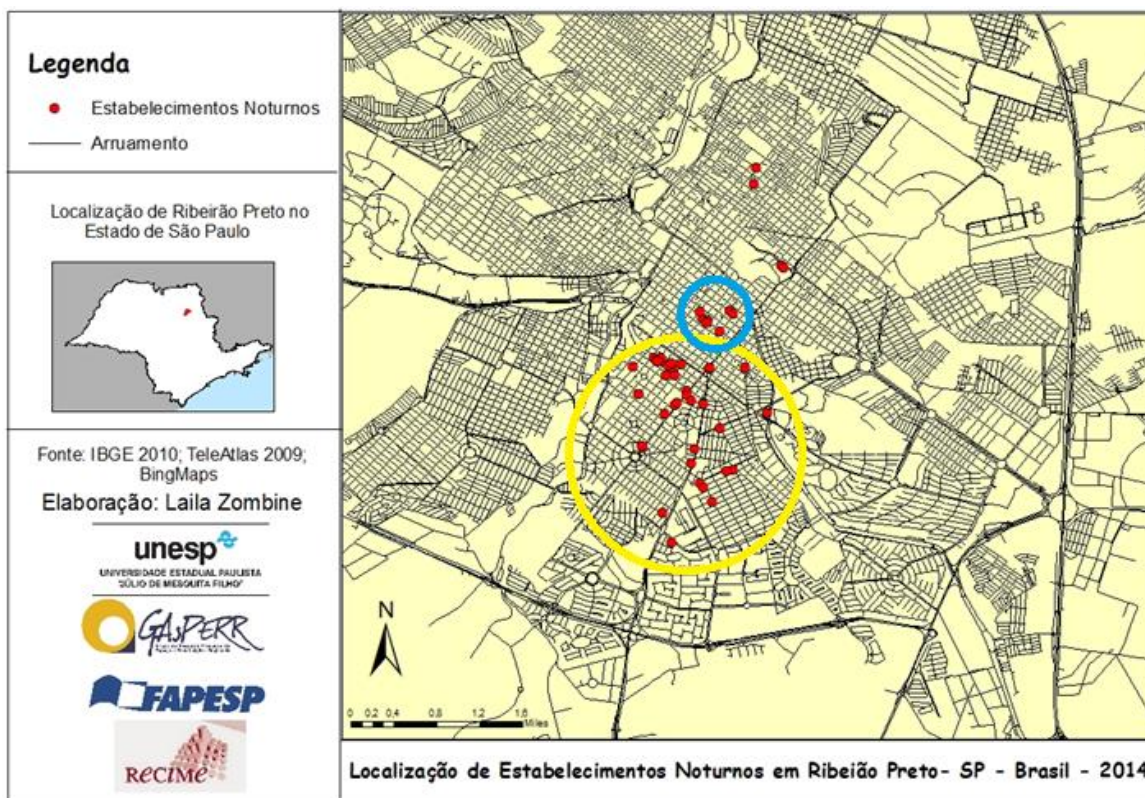
A lógica de localização desta novíssima oferta de vida noturna em uma das cidades estudadas oferece um caso paradigmático do que estamos tentando dizer. Ribeirão Preto é uma importante cidade do agronegócio do interior paulista. Com mais de 500 mil habitantes e próxima a São Paulo, a cidade desfruta de uma renda per capita que é o dobro da média brasileira (PREFEITURA MUNICIPAL DE RIBEIRÃO PRETO, 2015). Ali, a oferta de vida noturna tem promovido a especialização de uma área importante da cidade, do ponto de vista do mercado imobiliário. Trata-se da zona sul, justamente na direção da expansão recente da cidade, a partir de oferta de produtos imobiliários de alto padrão, como edifícios residenciais sofisticados e condomínios horizontais fechados. A vida noturna de Ribeirão Preto está deixando de ser predominante no centro tradicional, para realizar-se agora nesta porção da cidade. Todos os novos grandes empreendimentos voltados a vida noturna, em Ribeirão Preto, estão se concentrando nesta zona (ZOMBINI, 2014) que, conforme estudos de Dall Pozzo (2014), tem se constituído também em importante área de oferta de bens e serviços (diurnos) de Ribeirão Preto – voltados também para um público de melhor poder aquisitivo.

O Mapa 1 apresenta a oferta de diversão noturna em Ribeirão Preto e traz em destaque a diferença entre o centro (azul) e a zona sul (vermelho). Além da zona sul contar hoje com uma maior concentração de oferta, uma das características diferenciadoras é sua novidade. São empreendimentos que dificilmente ultrapassam os 10 anos de existência.

É nesse sentido que levantamentos as hipóteses de que:

- as lógicas locacionais de estabelecimentos que oferecem diversão noturna seguem parâmetros semelhantes às lógicas locacionais de estabelecimentos que oferecem comércio e serviços durante o horário comercial, ou dos novos espaços de consumo, como hipermercados e shopping centers. Tendem a buscar coesão no espaço urbano, ou tendem a promovê-la, pela sua implantação seletiva e, ao fazê-lo, produzem áreas centrais com maior ou menor grau de centralidade, que pode variar da escala de bairros, até a escala regional;
- como argumenta Margulis (1997), “à noite outra cidade emerge, cujo público é marcadamente juvenil e as práticas que impulsionam o movimento são aquelas ligadas a uma ‘cultura da noite’, que envolve diversão, festa, encontros e usos diversos do tempo livre” (TURRA NETO e BERNARDES, 2013). Contudo, essa outra cidade que emerge, tende a reforçar, em linhas gerais, aquela cidade produzida pelas lógicas contemporâneas de produção do espaço urbano, apontando, também na vida noturna, para as mesmas

tendências de segregação e fragmentação socioespaciais ou, ao menos, apresentando os embates e contradições que resultam deste processo. Em outras palavras, não se trata propriamente de outra cidade, mas da mesma cidade, mas agora apropriada por práticas espaciais não necessariamente ligadas ao trabalho, ao consumo de bens duráveis e não duráveis (TURRA NETO, 2014b, s.p.).



Mapa 1. Ribeirão Preto – Oferta de Diversão Noturna, com destaque para a distinção entre a área central e a zona sul.

Extraído de Zombini, 2014.

Por fragmentação socioespacial, estamos entendendo, tal como Sposito (2013) e Sposito e Góes (2013), um acirramento da segregação socioespacial, em que o processo de divisão social do espaço urbano entre locais de residências separados e mesmo apartados - como no caso dos condomínios horizontais fechados, por um lado, e dos espaços de moradia extremamente longínquos da malha urbana consolidada, ocupados por população de baixíssimo poder aquisitivo, por outro - está associado ao processo de multiplicação de áreas centrais, para além do centro principal e tradicional das cidades. Assim, os cidadãos que já habitam uma cidade com enormes desigualdades socioespaciais agora não mais precisam coexistir nos mesmos espaços de consumo. Com maiores possibilidades de escolhas, aqueles que podem se deslocar com facilidade pela cidade e têm certo poder de consumo, têm optado pelos espaços novos de encontro, consumo e socialização, em detrimento daqueles espaços mais comuns ao conjunto da cidade. Para as autoras, a fragmentação socioespacial é um conceito mais adequado para compreender esta intensificação da segregação, associada a diversificação dos espaços de consumo e as novas práticas espaciais dos cidadãos e suas possibilidades de percursos urbanos.

FORMATOS DE DIVERSÃO CONSUMISTA

Vários autores, como Pais (2003), Carrano (2003), Pallarés Gómez e Feixa Pampols (2000) são unânimes em afirmar a importância dos lazeres e dos usos do tempo livre na constituição das juventudes, de seus grupos de referência, de suas práticas socioespaciais, das culturas juvenis enfim. Carrano (2003) afirma que, no lazer, acionam-se processo de formação de subjetividade. Para os jovens é um espaço-tempo de elaboração de identidades, individual e coletiva, em que estão envolvidos “*a sociabilidade, a mobilidade e a imaginação*” (p. 139).

Os lazeres são vividos pelos jovens como uma oportunidade de afrouxamento ou suspensão das tensões impostas pelos processos de *regulação moral* e da denominada educação *civilizante*. Nos momentos de lazer os jovens podem encontrar a oportunidade de concentração sobre si próprios e de interação não obrigatória com o grupo de amigos (CARRANO, 2003, p. 140).

Contudo, estes mesmos autores também são unânimes em reconhecer o quanto o lazer se tornou um setor importante da economia capitalista, passando a fazer parte de uma “esfera pública mercantilizada”, em que a hegemonia da indústria cultural exerce toda a sua força, promovendo as culturas juvenis, e as culturas da noite de um modo geral, como culturas de consumo. Os lazeres consumistas são momentos em que predomina o poder das mercadorias culturais - e tudo o que elas podem comunicar, tanto em termos das distinções sociais que criam, quanto das agregações que promovem, sublimando a fragmentação social pela sensação de comunidade, no dizer de Carrano (2003).

Nesse mesmo sentido,

[...] la expresión de lo comunitario se manifiesta en las prácticas del mercado del ocio. Luego, aunque los jóvenes lo viven así, la ‘movida’ no es un proyecto de los actuales jóvenes sino de agentes económicos adultos.

En este sentido los jóvenes han ‘tropezado’ con la única forma de participación social que les ofrece el sistema. Participan consumiendo ocio. Um ocio que canaliza las anteriores formas de rebeldía a través de la diversión [...] Se trata, por tanto de una ‘rebeldía controlada’ por el sistema de consumo [...] La transgresión, los riesgos, implican actos de compra porque existe una oferta [...] (COMAS ARNOU, 2000, p. 19).

Para Shaw (2010, p. 12), a subjetividade livre do indivíduo hedonista, que se realizaria na vida noturna, é um mito. Na verdade, ela está impregnada pela ordem do consumo. Nos termos de Deleuze e Guattari, tratam-se na verdade de subjetividades consumistas. Em seu poder de promover aproximações e distanciamentos, tais subjetividades atuam como “microfascismos”, vindos para dominar um certo lugar e indivíduo através de um grande acúmulo de práticas estratificadas. A subjetividade não é pensada para ser fascista, mas atua como tal, na medida em que vem para colocar em perigo a existência de outras subjetividades dentro de certo espaço.

A dinâmica das casas noturnas, que oferecem diversão ilimitada a quem pode ali consumir, produzem um território no qual, no dizer de Shaw (2010, p. 12 – tradução livre do original em inglês), há uma suspensão controlada dos constrangimentos, um relaxamento das normas esperadas, mas *somente dentro de certos limites* - um nível seguro de embriagues. “Permitindo algum escapismo, as subjetividades consumistas parecem cumprir o desejo associado com o ser-diferente sem [...] permitir

a ocorrência de nenhuma diferença importante.”

Seriam assim, territórios em que certos excessos são permitidos e mesmo estimulados, onde se pode praticar atos excêntricos que não encontrariam lugar em outros espaços (mesmo em outros espaços de diversão noturna). Mas tudo sob controle e em total segurança.

Como reconhece o próprio Shaw (2010), se as práticas consumistas dominam, é por conta do cumprimento do desejo de subjetividades alternativas. Há, portanto, um controle das subjetividades. Trata-se de um controle multifacetado, que vai desde o desenho arquitetônico do espaço dos bares, ao controle formalizado dos seguranças, ou por meio de sutis manipulações de iluminação e do nível do som dos DJs.

É neste sentido que vemos as práticas, tempos, espaços e formas de sociabilidade juvenis serem territorializadas por lógicas empresariais como práticas, tempos, espaços e formas consumistas, retirando sua autonomia (as vezes subversiva) de elaboração de identidades individuais e coletivas, pasteurizando a sociabilidade juvenil.

São justamente estes formatos de diversão, sem divergência, e as práticas consumistas que lhes estão associadas, que vemos se difundirem pelas cidades que estamos estudando, quando identificamos franquias e redes de casas noturnas e de bares, em que é possível reconhecer as mesmas músicas, os mesmos jogos de luzes e as mesmas práticas.

Pelas experiências ali proporcionadas, os/as jovens têm a impressão de estarem conectando-se a formas modernas e globais de ser jovem, em espaços que trazem os ares da metrópole ao interior. Contudo, tais espaços, como investimento de empresários da noite, alguns dos quais altamente calculados, com base em estudos de mercado², ao optarem por se instalar em áreas das cidades, que já apresentam tendência de serem voltadas a certos segmentos sociais, justamente aqueles que estes empreendimentos querem atingir, tendem a reforçar as dinâmicas de fragmentação socioespacial, fazendo com que elas se estendam também para as práticas sociais noturnas.

Assim, se consideramos que os lazeres, as práticas juvenis coletivas de diversão, têm importante papel na constituição de subjetividades e identidades, sobretudo, no que se refere a esses sujeitos sociais em formação, que são os/as jovens, temos que a situação é bastante preocupante, pois tais formatos de diversão têm apontando para uma socialização em uma cultura consumista globalizada, com todos os seus “desvalores” e, ao mesmo tempo, em uma cultura de apartação social, em que os valores difundidos são aqueles das distinções e da não coexistência da diversidade.

É assim que o espaço urbano fragmentado vai sendo produzido e se consolidando, deixando de ser uma tendência, para se confirmar como o padrão socioespacial hegemônico das cidades, pois se a princípio, agentes diversos, em combinações instáveis, produzem áreas residenciais e equipamentos comerciais que promovem espaços distintivos, no plano da materialidade e dos desejos (que desencadeiam práticas), as práticas espaciais, ao serem capturadas por tais intencionalidades e referendarem as distinções (que se pretende promover e vender), confirmam a tendência. Seu reforço e consolidação ganham um poderoso aliado, quando novas gerações passam a ser socializadas segundo tais padrões e referências, articulando espaços de diversão como espaços de consumo e ali demandando e promovendo distinções sociais.

² Entrevista com o proprietário da casa noturna Sky Room, de Ribeirão Preto, evidencia o quanto seu (alto) investimento foi calculado, com base numa pesquisa de mercado encomendada. Pesquisa que tanto apontou a cidade de Ribeirão Preto como um importante nicho de mercado para investimento na vida noturna, quanto a área da cidade em que este investimento deveria ser feito – a zona sul. Entrevista realizada por Laila Zombini, em 29 de setembro de 2014.

REFERÊNCIAS

CARRANO, Paulo César Rodrigues. **Juventudes e cidades educadoras**. Petrópolis: Vozes, 2003. 180 p.

CETRULO, F. Simmel: sociabilidade e sociedade moderna. In: D'INCAO, M. A. (org.) **Sociabilidade: espaço e sociedade**. São Paulo: Grupo Editores, 1999. p.15-33

COMAS, D. A. Agobio y normalidad: una mirada critica sobre el sector “ocio juvenil” em La Españaactual. **Estudios de Juventud**, n. 50/00, p. 9 – 22, 2000.

DAL POZZO, C. F. **Territórios de autosegregação e de segregação imposta: fragmentação socioespacial em Marília e São Carlos**. 2011. 315 fl. Dissertação (Mestrado em Geografia). Programa de Pós Graduação em Geografia, UNESP, Presidente Prudente, 2011.

DAL POZZO, C. F. **Fragmentação socioespacial em cidades de porte médio paulistas: Rede de relações socioespaciais seletivas e consumo segmentado na cidade**. 2014. 374 fl. Relatório de Qualificação (Doutorado em Geografia). Programa de Pós Graduação em Geografia, UNESP, Presidente Prudente, 2014.

MAGNANI, J. G. C. Os circuitos dos jovens urbanos. **Tempo Social** (Rev. de Sociologia da USP), São Paulo, v. 17, no. 2, p. 173 – 205, novembro de 2005.

_____. Da periferia ao centro: pedaços de trajetos. **Revista de Antropologia**, São Paulo, v. 35, p. 191 – 203, 1992.

MARGULIS, M. La cultura de la noche. In: _____. et al. **La cultura de la noche: la vida nocturna de los jóvenes en Buenos Aires**. Buenos Aires: Biblios, 1997.

PALLARÉS, J. G.; FEIXA, C. P. Espacios e itinerários para elocio juvenil nocturno. **Estudios de Juventud**, n. 50/00, p. 23 - 41, 2000.

PEREIRA, Marcelo C. Juventudes e diversão noturna: centralidades de lazer, sociabilidade e produção do espaço em Londrina – PR. CONGRESSO BRASILEIRO DE GEÓGRAFOS, VII, Vitória, 2014. **Anais...**, no prelo.

PREFEITURA MUNICIPAL DE RIBEIRÃO PRETO. **Uma região em pleno desenvolvimento**. Disponível em <http://www.ribeiraopreto.sp.gov.br/crp/i71regiao.php>, acessado em 17 de janeiro de 2015.

SHAW, Robert. Beyond night-time economy: affective atmospheres of the urban night. **Geoforum**, 51, p. 87 – 95, 2014.

_____. Neoliberal subjectivities and the development of the night-time economy in British

cities. **Geography Compass**, 4 (7), 893 – 903, 2010.

SIMMEL, G. Sociabilidade – um exemplo de Sociologia Pura ou Formal. In: _____. **Sociologia** (org. MORAES FILHO). São Paulo: Ática, 1983. p. 165 – 181. (Coleção Grandes Cientistas Sociais)

SOBARZO, O. As cidades médias e a urbanização contemporânea. **Cidades**, Presidente Prudente, v. 8, p. 277-292, 2008.

SPOSITO, M. E. B. As cidades médias e os contextos econômicos contemporâneos. In: _____. (org.). **Urbanização e cidades: perspectivas geográficas**. Presidente Prudente: GASPERR, 2001, v. 1, p. 609-643.

_____. **Lógicas econômicas e práticas espaciais contemporâneas: cidades médias e consumo**. 2011, 43f. Projeto Temático FAPESP (Geografia) – Universidade Estadual Paulista, Faculdade de Ciências e Tecnologia, Presidente Prudente, 2011.

SPOSITO, M. E. B.; GOES, E. M. **Espaços fechados e cidades: insegurança urbana e fragmentação socioespacial**. São Paulo: Edunesp, 2013.

TURRA NETO, N. A noção de geração no estudo das transformações do espaço urbano: contribuições para pensar a relação entre geografia histórica e práticas culturais na produção da cidade. In: OLIVEIRA, F. G. de et. al. (org.). **Geografia Urbana: ciência e ação política**. Rio de Janeiro: Consequência, 2014, p. 317-342.

_____. **Múltiplas trajetórias juvenis: territórios e rede de sociabilidade**. Jundiaí: Paco Editorial, 2012.

_____. Áreas centrais de lazer noturno e estruturação do espaço urbano em cidades médias. CONGRESSO BRASILEIRO DE GEÓGRAFOS, VII, Vitória, 2014b. **Anais...**, no prelo.

ZOMBINI, Laila da Silva. As múltiplas centralidades do lazer noturno na cidade de Ribeirão Preto – SP. I SEMINÁRIO NACIONAL DE INTEGRAÇÃO DA GRADUAÇÃO E PÓS-GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA; XV SEMANA DE GEOGRAFIA; E X ENCONTRO DE ESTUDANTES DE LICENCIATURA EM GEOGRAFIA. **Anais...** Presidente Prudente, 2014.