

VI Encontro Nacional de Estudos do Consumo

II Encontro Luso-Brasileiro de Estudos do Consumo

Vida Sustentável: práticas cotidianas de consumo

12, 13 e 14 de setembro de 2012 - Rio de Janeiro/RJ

O Heavy Metal enquanto instrumento de subjetivação e consumo em sua dimensão estética.

Jéssica da Silveira Messias¹

Resumo:

O trabalho em questão reflete o recorte de uma pesquisa mais abrangente que está em fase de andamento. Em nossa pesquisa, tomamos o estilo musical “Heavy Metal”, como objeto de análise, que ajudará na construção de linhas de pensamento sobre a questão da resistência enquanto estetização da vida (Michel Foucault) na atualidade. Pensamos a questão da resistência, tendo como pressuposto que vivemos, na contemporaneidade, em uma sociedade onde o consumo é a base estruturante do social (Zygmunt Bauman). O foco da nossa pesquisa é a “cena” Heavy Metal da cidade de Natal – RN. Nossa hipótese principal é a de que o contato com o mundo underground do Heavy Metal é o possibilitador de novas formas éticas (Foucault), onde há a adesão e o comprometimento do sujeito com o Heavy Metal enquanto um modo de vida. A partir daí, o consumo se torna uma palavra chave, na medida em que participar do underground do Heavy Metal - enquanto uma prática de liberdade, um modo de existência particular – constitui também uma forma de oposição ao consumo, através do próprio consumo, o que se constituiria em uma espécie de contra-consumo. A partir da noção de consumo e do cunho estético forte sobre o qual se constitui a ética do Heavy Metal, pretendemos trabalhar também com o antropólogo francês David Le Breton, utilizando o conceito de corpo como acessório, a partir do qual pensamos as formas de imprimir a subjetividade ao corpo como forma de identificação, na medida que o sujeito só existe quando é reconhecido pelo olhar do outro.

Palavras-chave: Heavy Metal; Resistência; Consumo.

¹ Mestranda pelo Programa de Pós-graduação em Ciências Sociais da Universidade Federal do Rio Grande do Norte; Bolsista CAPES; E-mail: kekinhalinkin@yahoo.com.br

A presente pesquisa toma o estilo musical *Heavy Metal*² como objeto de análise, que ajudará na construção de linhas de pensamento sobre a questão da resistência na atualidade. Pensamos a questão da resistência tendo como pressuposto que vivemos, na contemporaneidade, em uma sociedade onde o consumo é a base estruturante do social. O foco da nossa pesquisa é a “cena” *Heavy Metal* da cidade de Natal – RN, porém, apesar de lidarmos com um objeto bastante específico e que tem seu recorte em um lugar também específico, tratamos de questões teóricas de grande amplitude. Temos como objetivo não apenas a caracterização da “cena” *Heavy Metal* em Natal, mas, como já foi dito, suscitar questões de cunho mais geral, atualizando, desta forma, os estudos sobre as formas de resistência no contexto de uma sociedade regida pelo consumo.

Primeiramente, nossa pesquisa envolve uma parte mais teórica que trata de falar sobre a resistência na sociedade atual. Quando falamos em resistência aqui, nos remetemos ao conceito do pensador francês Michel Foucault e, mais especificamente, à uma das elaborações mais tardias desse pensador que se relaciona ao tema da resistência: uma estética da existência, que constitui uma estilização da vida. Deste modo, estudaremos a resistência, em Foucault, na forma de novas éticas, novas formas de vivência e experimentação, com o apoio de Zygmunt Bauman, que nos permite pensar esse fenômeno na contemporaneidade a partir do consumismo enquanto estruturante do social e dos laços entre os sujeitos.

Pensando, desta forma, as experiências éticas como práticas de liberdade, a partir de Foucault, nossa hipótese principal é a de que o *Heavy Metal*, além de um estilo musical, constitui um conjunto de regras particulares que caracterizariam uma ética, no sentido foucaultiano do termo. Iremos, a partir dessa hipótese, fazer um estudo do *Heavy metal*, enquanto um instrumento de subjetivação, na cidade de Natal – RN. Entendemos subjetivação em um dos sentidos dados ao termo por Foucault. A subjetivação, para ele, se dá na formação de subjetividades a partir dos dispositivos de subjetivação, dos dispositivos de poder, das mais diversas instituições sociais. Mas, o conceito de

² Usamos aqui o termo *Heavy Metal* de uma forma geral, que engloba todos os outros estilos mais particulares que foram derivados deste. A expressão *Heavy Metal* também pode ser usada para designar o chamado *Heavy Metal* clássico em particular, que deu origem aos mais diversos estilos de *Metal*.

subjetivação tem uma segunda acepção, que é com a qual trabalhamos, trata-se do próprio sujeito enquanto “mestre de obras” na construção da sua subjetividade, do tomar-se a si mesmo como obra de arte na experimentação de novas formas éticas.

Para Michel Foucault, as lutas contra a submissão da subjetividade são centrais na modernidade em decorrência da forma política estabelecida, o Estado, que toma o lugar de excelência, antes ocupado pela igreja com o poder pastoral. Essas lutas enquanto resistências se manifestam na elaboração de novas formas de viver, novas experimentações, novas éticas.

Após a perda de força da instituição eclesiástica, o poder pastoral teve sua função ampliada para além da igreja e tomou uma nova forma no Estado: “como uma estrutura muito sofisticada, na qual os indivíduos podem ser integrados sob uma condição: que a esta individualidade se atribuisse uma nova forma, submetendo-a a um conjunto de modelos muito específicos.” (FOUCAULT, 1995, pág. 237) Porém, queremos pensar em uma atualização do estudo dessas lutas considerando a obra do sociólogo polonês Zygmunt Bauman, que vai falar de uma passagem da regulação da vida do Estado, (que representa a ordem, a política, a segurança) para o Mercado (que representa a liberdade individual, a auto-regulação, a insegurança).

A ética, enquanto prática de liberdade, aparece como algo para poucas pessoas, uma moral de grupo que facilita a adesão, baseada em um estilo de vida, uma espécie de subcultura elitista, nesse sentido, algo com um caráter bem nietzschiano. É importante ressaltar que a principal diferença entre moral e ética é que a moral tem como função fornecer modelos de comportamento para o todo social. A moral é baseada também no compartilhamento por todos daquilo que aparece como certo ou errado, ela cria valores. A moral faz o papel de “cimento social”, é o que dá o caráter maciço que compõe a sociedade.

A ética, como nos fala Foucault, é uma prática de liberdade. A partir do momento em que o homem percebe o caráter arbitrário da moral – que é construção humana, ou seja, não é natural nem anterior ao homem – e, de acordo com Nietzsche, assume sua natureza, que é a criação de valores, ele pode tomar a si enquanto obra de arte e constituir-se a partir de experiências éticas. A ética, assim como a moral, envolve códigos que organizam a vivência. A diferença basilar entre essas duas categorias é que

a ética não aparece enquanto imperativo, não se apresenta como natural e necessária, mas sim, como uma alternativa. A ética faculta a adesão do sujeito, ou seja, ele tem a escolha de se submeter ou não a essa nova experimentação. Por isso que a ética é uma prática de liberdade. “A partir da ideia de que o indivíduo não nos é dado, acho que há apenas uma consequência prática: temos que criar a nós mesmos como uma obra de arte.” (FOUCAULT, 1984, pág. 50)

A liberdade só existe, para Foucault, enquanto práticas de liberdade, na forma de experimentações éticas. Não existe um estado de liberdade total do sujeito, já que este vai sempre ser constituído por padrões morais de comportamento. Não há um lado de fora do poder, até porque, para Foucault, não há o poder enquanto coisa, mas sim, relações de poder, que constituem o sujeito, daí a positividade do poder da qual fala o pensador francês. O sujeito sempre vai estar atravessado por relações de poder. A liberdade é uma agonística, uma luta sem fim. O sujeito só pode experimentá-la praticando-a através da ética, que pertence ao campo da escolha, é um problema de escolha pessoal, de adesão consentida. A ética é algo restrito a poucas pessoas, a uma elite, é a busca de estilos de vida diferenciados.

A conclusão seria que o problema político, ético, social e filosófico de nossos dias não consiste em tentar liberar o indivíduo do Estado nem das instituições do Estado, porém nos liberarmos tanto do Estado quanto do tipo de individualização que a ele se liga. Temos que promover novas formas de subjetividade através da recusa deste tipo de individualidade que nos foi imposto há vários séculos. (FOUCAULT, 1995, pág. 239)

De acordo com o Sociólogo Zygmunt Bauman, nós vivemos atualmente em uma época denominada por ele de modernidade líquida. E a modernidade líquida, por sua vez, se caracteriza pela vida líquida. Mas, o que vem a ser essa modernidade líquida?

Na modernidade dita líquida, as palavras de ordem são: fluidez, leveza flexibilidade, inconstância e rapidez, tudo isso em relação aos fenômenos sociais, aos laços sociais. Em oposição, temos a modernidade sólida, da qual acabamos de falar, que suscita

palavras como peso, dureza, inflexibilidade, constância e durabilidade. A modernidade sólida é baseada na lógica produtivista, a modernidade líquida é orientada pelos valores do consumismo. A primeira é constituída por produtores, enquanto a segunda constitui-se de consumidores.

A partir daí, temos uma categoria chave na obra de Bauman: o consumo, que é um pilar nas sociedades moderno-líquidas. Consumidores existiram desde sempre, aliás, poderíamos dizer que o consumo é algo sem o qual o ser humano não existe, o consumo é uma condição de existência do homem. A ideia de consumo antecede e muito a prevalência da modernidade líquida, porém, o que chama a atenção do sociólogo polonês é a configuração do consumo na contemporaneidade, que se desenha diferentemente das épocas precedentes, nas quais, o consumo pode ser observado sem modificações significativas. Bauman quer observar, mais especificamente, o delineamento do que ele chama de síndrome consumista, característica marcante do fenômeno da liquidez moderna. Falar em síndrome consumista, para Bauman, é falar de uma sociedade de consumidores, onde o todo social deve ser considerado como objeto de análise, o que significa ultrapassar uma análise da lógica de consumo, como categoria individual, e considerar o consumo enquanto estruturante do todo social, dos laços sociais. O consumo, em sua configuração atual, o consumismo, deve ser tratado como um fenômeno social e deve, portanto, ser estudado enquanto tal. Deve passar de uma categoria individual para uma categoria social. Falar de uma sociedade de consumo é levar em consideração: “uma sociedade que julga e avalia seus membros principalmente por suas capacidades e sua conduta relacionadas ao consumo.” (BAUMAN, 2007, pág. 109). O consumo, na modernidade líquida, trabalha como um fixador de padrões e condutas na atividade humana, como uma forma específica de convivência, portanto, seu caráter social.

Bauman fala de um ponto de ruptura, que separaria o consumo em sua face líquido-moderna daquele que seria observado em épocas precedentes: a revolução consumista, que marca a passagem do consumo ao consumismo “quando aquele, como afirma Colin Campbell, tornou-se “especialmente importante, se não central” para a vida da maioria das pessoas, “o verdadeiro propósito da existência.” (BAUMAN, 2008, pág. 38). Devemos, a partir de agora, separar esses dois fenômenos: o consumo passa a ser consumismo, ou melhor, o consumismo é a configuração atual do consumo, é quando

este passa a ter uma centralidade na existência que reflete a ordenação das relações de convivência e das relações do sujeito com ele mesmo. O consumo é uma categoria individual e o consumismo é, necessariamente, social

Pode-se dizer que o “consumismo” é um tipo de arranjo social resultante da reciclagem de vontades, desejos e anseios humanos rotineiros, permanentes e, por assim dizer, “neutros quanto ao regime”, transformando-os na *principal força propulsora e operativa* da sociedade, uma força que coordena a reprodução sistêmica, a integração e a estratificação sociais, além da formação de indivíduos humanos, **desempenhando ao mesmo tempo um papel importante nos processos de auto-identificação individual e de grupo, assim como na seleção e execução de políticas de vida individuais.** O “consumismo” chega quando o consumo assume o papel-chave que na sociedade de produtores era exercido pelo trabalho. (BAUMAN, 2008, pág. 41, grifo nosso)

No trecho citado acima destacamos uma frase no sentido de reforçar que o consumo, em sua configuração atual, o consumismo, tem também determinado um papel importante nos processos de subjetivação. Da mesma forma que o consumismo trabalha na construção de sujeitos moldados nas fôrmas da lógica consumista, ele também constitui as formas de resistência que nascem em contraposição a essa mesma lógica. Trazemos Bauman e seu diagnóstico da sociedade contemporânea para essa discussão no sentido de fazer uma atualização da reflexão foucaultiana, na medida em que o Mercado toma para si o papel de regulação do social, antes realizado pelo Estado. A normalização do social era feita a partir do Estado e de suas instituições, como a polícia, que tinham como função assegurar a manutenção da higiene, da saúde e dos padrões urbanos. Com o Mercado, a normalização se dá com a padronização das condutas a partir da criação constante de necessidades de consumo que, apesar de se apresentarem enquanto diversificadas e darem a impressão de uma total liberdade de movimentos dos indivíduos consumidores que escolhem o que querem consumir, são pré-selecionadas e limitadas. Portanto, queremos ver como se constituem as resistências a partir dessa nova configuração. Para tanto, nos utilizaremos do *Heavy Metal* enquanto uma proposta ética, um instrumento de subjetivação que vai orientar práticas de liberdade individuais e grupais no sentido de uma insubmissão do pensamento à lógica totalizadora do Mercado e do consumismo. Essa prática ética proporcionada pelo *Heavy Metal*, enquanto um estilo de vida, passa também pela constituição de um “contra-consumo”.

Passaremos agora a uma breve descrição dos principais aspectos que constituem o diagnóstico formulado por Bauman da sociedade consumista líquido-moderna.

A sociedade de consumo não é baseada na acumulação de bens, como se pode pensar a uma primeira vista, mas a palavra de ordem nessa sociedade é a descartabilidade. E essa descartabilidade é construída a partir de promessas de satisfação dos desejos, que permanecem promessas irrealizadas, tornando permanente a insatisfação. Insatisfação essa, que é amenizada por novas promessas, que novamente não serão cumpridas, configurando, assim, a insaciabilidade das necessidades. É nesse ciclo que se implementa a descartabilidade de coisas e pessoas, a sua transitoriedade. Como vimos anteriormente, com o advento do Mercado enquanto regulador social tem-se a perda da segurança, em favor da instabilidade, porém, a segurança continua aparecendo nessa nova configuração social, sendo que agora na forma de promessas. A ilusão da segurança aparece transfigurada nas promessas de realização dos desejos criados por essa lógica consumista. É uma segurança frágil e quebradiça que se sustenta na esperança de felicidade. A busca da segurança vira a busca da felicidade, sustentada pelas promessas da indústria de consumo.

A sociedade de consumo prospera enquanto consegue tornar perpétua a não-satisfação de seus membros (e assim, em seus próprios termos, a infelicidade deles). O método explícito de atingir tal efeito é depreciar e desvalorizar os produtos de consumo logo depois de terem sido promovidos no universo dos desejos dos consumidores. (BAUMAN, 2008, pág. 64)

Mas como essa lógica pode se sustentar se a não satisfação dos sujeitos consumidores é perpetuada? Porque continuar insistindo? Justamente porque simultaneamente ao processo de depreciação dos produtos que já foram adquiridos pelos consumidores dá-se a criação de uma gama imensa de novas oportunidades que se apresentam como melhores. Desta forma, o fracasso não é encarado enquanto derrota, mas sim, como a possibilidade de uma nova tentativa de acerto. O excesso de novas promessas vai anular

a frustração com o produto que já foi consumido e a confiança na busca pelo produto que trará felicidade pode permanecer existindo.

A vida líquida se configura em uma sucessão de reinícios. A categoria tempo se reflete nessa descartabilidade e transitoriedade. Na sociedade de produtores, a chamada modernidade sólida, a resposta ao fracasso era o “tente outra vez”, já na sociedade de consumidores, que Bauman chama de modernidade líquida, essa resposta poderia ser resumida no imperativo: “parta para outra”. Tudo o que é consumido, dentro da lógica da fluidez moderna, tem um prazo de validade estabelecido e esse prazo é curto, tudo é transitório, tudo é fluido, tudo é passageiro. Há uma re-significação do tempo, que passa a ser “*pontilhista*”, categoria que Bauman toma emprestada de Michel Maffesoli. O tempo pontilhista é marcado pela descontinuidade, pela falta de coesão entre os pontos, pela “profusão de *rupturas e descontinuidades*” (BAUMAN, 2008, pág. 46).

O tempo pontilhista é fragmentado, ou mesmo pulverizado, numa multiplicidade de “instantes eternos” – eventos, incidentes, acidentes, aventuras, episódios –, mônadas contidas em si mesmas, parcelas distintas, cada qual reduzida a um ponto cada vez mais próximo de seu ideal de seu ideal geométrico de não dimensionalidade. (BAUMAN, 2008, pág. 46)

Pelo fato de tudo ser passageiro, tudo também é inseguro, o desapego torna-se uma constante, assim como a insegurança e a ansiedade. Podemos falar de um contexto de fragmentação, de falta de solidez, de falta de chão. Estabelece-se uma insegurança ontológica na fluidez moderna, a incerteza como modo de vida, em contraposição à segurança ontológica que outrora era oferecida pelo Estado no projeto civilizatório da modernidade. A fluidez faz com que não se estabeleçam rotinas, permanências, muito menos hábitos, tudo é muito passageiro, tudo é muito inconstante e a incerteza se torna uma constante. Talvez por isso, cada vez mais pessoas procuram terapeutas e analistas, para lidar com a dificuldade da falta de chão moderna. Mas porque algumas pessoas precisam aprender a lidar com isso, se tudo é fluido? Exatamente pelo fato de que nem tudo é fluido. Modernidade líquida e modernidade sólida coexistem. Apesar de a modernidade líquida ser a principal categoria na construção dos valores e na configuração das relações sociais.

A estratégia da atenção contínua à construção e reconstrução da auto-identidade, com a ajuda dos kits identitários fornecidos pelo mercado, continuará sendo a única estratégia plausível ou “razoável” que se pode seguir num ambiente caleidoscopicamente instável no qual “projetos para toda a vida” e planos de longo prazo não são propostas realistas, além de serem vistos como insensatos e desaconselháveis. (BAUMAN, 2008, pág. 66)

Talvez o fato da coexistência das modernidades sólida e líquida seja um fator determinante no processo de constituição de resistências na contemporaneidade, pois torna o tecido social não homogêneo. Apesar de a liquidez, através da cultura consumista, ser o principal elemento estruturante dos modelos de convivência sociais, a solidez aparece também como algo que impede a totalização do processo de liquidez na contemporaneidade. Não estamos com isto valorando liquidez ou solidez, que são, apenas, características da atualidade. Não objetivamos uma volta aos antigos valores que seriam melhores. Não há valores melhores ou piores, nos ocupamos nesse trabalho apenas de descrever como se dá o jogo de forças no que diz respeito à subjetivação. A lógica consumista tem sido a principal criadora e estruturadora de valores, de forma quase total. Porém, não queremos aqui simplificar a configuração do social, a qual acreditamos estar atravessada também por elementos da solidez moderna que descrevemos aqui, embora tenhamos plena ciência de que o papel desempenhado pela lógica consumista seja muito mais amplo e eficaz na constituição das formas de agir e pensar.

Tendo em vista que a lógica consumista é o principal elemento na estruturação da sociedade, devemos ressaltar que também é através dela que se dá a normalização do social. Dentro da sociedade de consumo os indivíduos são julgados, antes de mais nada, enquanto bons ou mal consumidores. Tendo como pressuposto a descartabilidade de pessoas e coisas da qual já falamos aqui, que é um dos principais pilares de sustentação da lógica consumista, o bom consumidor, para Bauman, não é aquele que traz muitas sacolas, quando vai as compras, mas sim, aquele que torna a distância entre o momento em que são realizadas as suas compras e o momento em ele deixa de lado aqueles produtos que foram comprados cada vez menor. Descarta esses produtos em favor de novas oportunidades de consumo que aparecem no horizonte. Os indivíduos

considerados maus consumidores são aqueles que não conseguem – por motivos financeiros, por exemplo – ou não querem acompanhar a rapidez exigida pela sociedade atual no que se refere, principalmente, ao consumo. São também aqueles que se recusam a fazer escolhas, se recusam a escolher dentre as opções dadas pelo Mercado. Deixar de fazer escolhas não é uma opção, pois deve-se fazer escolhas para acompanhar o movimento incessante.

Toda essa lógica de funcionamento da passagem da regulação da vida para o Mercado possibilita o afrouxamento dos elementos estruturantes do social, onde os sistemas de coerção social perdem força e dão lugar a uma espécie de liberdade do sujeito. Essa liberdade se traduz no fato de o sujeito fazer suas escolhas de vida, porém não se trata de uma liberdade de fato, na medida em que o sujeito é obrigado a fazer escolhas. Assim como aquilo que está disponível à escolha é algo pré- selecionado, dado. A questão da liberdade, como falamos anteriormente, também é tratada por Foucault e é uma questão bastante delicada. Para Foucault, não existe a liberdade total do sujeito, existem as práticas de liberdade. A liberdade é uma agonística, uma luta sem fim. O principal problema na era consumista é a liberdade se apresentar como um dado, que faz oposição às coerções da modernidade industrial, e não existir de fato.

Os maus consumidores são os estranhos da nossa sociedade, criados através da lógica consumista. Os estranhos são aqueles que “não deveriam estar” presentes na sociedade, pois não corroboram com a lógica organizadora dos padrões sociais, são aqueles que atrapalham o funcionamento e a totalização dessa mesma lógica, são a sujeira dentro de uma ordem estabelecida como natural. Se determinada maneira de organização do social fosse natural, por que existiriam estranhos, que escapam a essa ordem? Eis a questão. Os estranhos de todas as sociedades existem justamente para comprovar que nenhuma ordem estabelecida, por mais que pareça natural, o é.

Alguns estranhos não são, porém, os *ainda não definidos*; são, em princípio, os *indefiníveis*. São a premonição daquele “terceiro elemento” que não deveria ser. Esses são os verdadeiros híbridos, os monstros – não apenas *não classificados*, mas *inclassificáveis*. Eles não questionam apenas uma oposição aqui e ali: questionam a oposição como tal, o próprio princípio de oposição, a plausibilidade da dicotomia que ela sugere e a factibilidade da separação que exige. Desmascaram a frágil artificiabilidade da divisão. Eles destroem o mundo. Estendem a temporária inconveniência de “não saber como prosseguir” a uma paralisia terminal. Devem ser transformados em

tabu, desarmados, suprimidos, física ou mentalmente exilados – ou o mundo pode perecer. (BAUMAN, 1999, pág. 68)

É partindo dessa contextualização que pensamos o *Heavy Metal* enquanto um modo de vida particular que se baseia também em um consumo contra o consumo. Desta forma, a vivência ética que o *Heavy Metal* pode proporcionar tem como um de seus pontos fortes a resistência à essa lógica consumista, a partir da qual ela nasce e se constitui, na forma do que chamamos aqui de contra- consumo também. Uma vez que os adeptos do *Heavy Metal* têm anseios diferenciados de consumo, que são criados a partir da vivência do *Heavy Metal* enquanto um modo de vida particular. De forma geral, os produtos consumidos por aqueles que escutam *Heavy Metal* são diferentes daqueles normalmente encontrados nas prateleiras, que são produtos pré-selecionados de acordo com as tendências do consumo e que dão a falsa ilusão da liberdade de escolha do consumidor. O choque dessa falsa liberdade de escolha só pode ser sentido na medida em que se anseia por coisas diferentes das que estão predispostas nas prateleiras. Um CD, uma camisa de uma banda específica, roupas e acessórios que não são encontrados em todos os lugares. Aqueles que não consomem os produtos que estão disponíveis em larga escala nas prateleiras, são consumidores falhos, são estranhos. Partindo desse viés, os *headbangers* se constituem em estranhos, na sociedade contemporânea. No caso da cidade de São Paulo – SP existem saídas para esses consumidores específicos da cena *Heavy Metal*, em geral, considerados falhos: a Galeria do Rock, que é uma espécie de Shopping Center com artigos direcionados a esse público, mas mesmo assim, continuam sendo artigos pré-selecionados, que, às vezes, não satisfazem as necessidades de consumo desses consumidores em questão. No caso de Natal, pelo que pudemos observar na pesquisa, os consumidores encontram saídas comprando o material que desejam fora da cidade, ou, no caso de roupas e acessórios, mandando confeccionar por pessoas específicas.

Tivemos a oportunidade de entrevistar uma *headbanger* que trabalha com a confecção de roupas específicas para os apreciadores do metal. Ela tinha algum conhecimento de costura e, por gostar de ouvir metal, ao ver pôsteres e revistas especializadas no gênero onde apareciam algumas bandas com vocais femininos, se interessou pelo modo como as cantoras do metal se vestiam. A partir daí, como em Natal não se acha peças de roupas diferenciadas semelhantes as que fazem parte da indumentária das vocalistas em

questão, ela se propôs a fazer por conta própria. Uma das peças que mais chamou a atenção da nossa entrevistada, na época, foi o espartilho, ou *corset*. Desta forma, nossa interlocutora resolveu tentar aprender por conta própria como confeccionar *corsets*, e teve sucesso. Começou fazendo encomendas para as amigas próximas, que escutavam metal e procuravam um visual diferenciado e, hoje em dia, faz *corsets* e roupas mais específicas e diferenciadas para um público bem maior. Sua clientela começou a surgir a partir do momento em que suas amigas, que foram as primeiras a encomendar suas peças, iam a shows e, a partir daí, eram vistas por outras pessoas do meio que ficavam interessadas. A maior dificuldade da nossa entrevistada é conseguir certos materiais específicos para a confecção de *corsets* principalmente, que não são encontrados em Natal, e, como precisam ser encomendados de outras partes do país, tornam o custo das peças maior, dificultando também a venda mais ampla, embora as apreciadoras de *Heavy Metal* saibam da dificuldade de se conseguir um *corset* e também do alto custo e, mesmo assim, continuem comprando. Vale ressaltar que a renda da nossa interlocutora não advém somente da venda de roupas exclusivas para os amantes do *Heavy Metal*, até porque, ela trabalha também com a confecção de todos os tipos de roupa. Agora, para as consumidoras e consumidores, ela é uma das únicas opções de um visual diferenciado, tão almejado dentro da estética do Metal.

Há também uma loja especializada, no centro da cidade, que trabalha com a venda de CDs, DVDs, camisetas de bandas e alguns acessórios. E uma banca localizada em um bairro de comércio popular da cidade, o Alecrim. Nessa banca são vendidas camisas de bandas que o proprietário encomenda na cidade de Fortaleza. Um detalhe interessante em relação à banca é que o seu proprietário só comercializa aquilo que é aprovado por ele. Em uma certa ocasião que pude observar, quando um cliente perguntou por uma camisa do Ozzy Osbourne, o comerciante retrucou: “Dessa vez, eu não peguei nenhuma camisa do Ozzy não, não aprovei as estampas, só vou pegar camisas do Ozzy quando tiverem estampas decentes!” Isto demonstra um diferencial em relação ao comércio em geral, onde costuma-se vender artigos que correspondam àquilo que os consumidores procuram mais. Ozzy Osbourne é um ícone na tradição do *Heavy Metal*, portanto, supõe-se que suas camisas sejam amplamente procuradas. No entanto, o comerciante se recusou a encomendá-las naquele determinado momento, porque as estampas que estavam saindo de camisas do Ozzy, mostravam o cantor de forma “afeminada”,

segundo o comerciante. Talvez alguns consumidores nem se importassem com esse fato, porém o dono do comércio se recusou a vendê-las por causa de suas convicções daquilo que seria adequado para a estampa de uma camisa de *Heavy Metal*.

Como já falamos anteriormente, outro fator relevante na criação de estranhos na sociedade contemporânea pela lógica consumista é o não acompanhamento da rapidez proposta pelos ditames do consumo. Tendências de consumo são criadas e se acabam em um tempo cada vez mais ínfimo. A efemeridade e a volatilidade dos produtos sustentam o consumismo. O consumismo enquanto lógica valoriza sempre a novidade, tudo aquilo que é durável aborrece, é entediante. Não é a acumulação de bens ou de relacionamentos que visa o consumismo, mas sim o seu descarte, sua rotatividade. Um fator observado no decorrer da pesquisa é que os *headbangers*, ou fãs de *Heavy Metal*, não acompanham a rapidez ditada pela sociedade de consumo. A partir das entrevistas que realizamos, pudemos observar que os gostos por determinadas bandas e as tendências de consumir determinados produtos permanecem por um tempo considerável, ou são até cristalizados. Uma expressão interessante que exemplifica isso é: “*Headbanger não usa camisa preta, usa camisa cinza, por que o preto se tornou cinza, com as lavagens*”.

O exemplo da Galeria do Rock, na cidade de São Paulo, pode ser retomado aqui, pois das vezes que pudemos observar os produtos disponíveis para venda nesse local, chegamos à conclusão de que não existem ciclos de venda das mercadorias em geral, como acontece com o fenômeno da moda, onde as tendências têm prazo de validade. Falando de forma geral, na Galeria do Rock, os produtos destinados ao público *headbanger*, são basicamente sempre os mesmos. No caso de Natal, apesar de termos citado o fato de o comerciante não querer trabalhar com uma determinada estampa de camisa, isso não se deve ao fato de esta estampa em específico estar fora de moda, muito pelo contrário, aquelas estampas rejeitadas pelo comerciante refletiam as camisas que sempre têm um alto índice de procura, devido a popularidade da figura pública estampada nas camisas em questão, Ozzy Osbourne. Ele as descartou por uma questão de escolha pessoal.

Como último ponto que justifica a entrada da categoria consumo em nosso trabalho gostaríamos de levantar as reflexões do antropólogo David Le Breton acerca do corpo

enquanto acessório. O antropólogo francês, em seu livro “Adeus ao corpo”, vai falar, dentre outras coisas, do “desinvestimento dos sistemas sociais de sentido” como uma característica da contemporaneidade. Esse desinvestimento pode ser visto como uma fragmentação, a liquefação desses sistemas sociais de sentido, uma descentralização política, que tira de cena os grandes projetos políticos, que envolviam as massas, orientados para o futuro e coloca no centro o sujeito, a ação ética. Com Le Breton, mais uma vez, vemos que o Estado deixou de ser o regulador do social. O antropólogo não fala no Mercado, mas diagnostica da mesma forma o afrouxamento dos laços, que para Bauman, decorre do fato de termos o Mercado enquanto regulador social, no lugar do Estado. Em Bauman, a modernidade líquida, erigida sobre o consumismo, não visa projetos para o futuro, o que importa é o presente, tudo é transitório, por isso a impossibilidade de se estabelecer projetos. Esses dois autores dialogam, ainda, com Michel Maffesoli, para Maffesoli, se estabelece um vínculo entre ética e estética, onde há um predomínio da estética, a não atividade política, diversas formas do cuidado de si e do culto ao corpo, como formas de contemplação do mundo, além do presenteísmo. Le Breton fala que com a dissolução dos sistemas sociais de sentido, não resta nada ao sujeito, senão seu corpo, portanto, a relação entre o sujeito e seu corpo, passa a ser uma relação de domínio, como coloca o autor, já que a única coisa da qual o sujeito tem domínio, é o seu próprio corpo. A partir do domínio de si, o sujeito constrói o próprio corpo, o sujeito é o “mestre de obras que decide a orientação de sua existência” (BRETON, 2003, pág. 31) através das modificações que ele imprime ao corpo. Talvez essa seja uma das formas de escape que o sujeito encontra, em um contexto de modernidade líquida, para alcançar alguma solidez, a partir do domínio do corpo. Le Breton coloca como uma questão primordial em sua obra a separação que se dá entre o sujeito e o corpo. A partir dessa profunda separação, o sujeito pode constituir seu corpo como acessório. O sujeito tenta imprimir o seu eu das mais diversas formas no corpo, transformando-o em um acessório a ser personalizado. O corpo aparece, então, como um recipiente vazio a ser preenchido com a subjetividade do eu. Tornar o corpo em acessório de si é um fator primordial da existência. “A vontade está na preocupação de modificar o olhar sobre si e o olhar dos outros a fim de sentir-se existir plenamente” (BRETON, 2003, pág. 30). O sujeito só existe na medida em que é reconhecido pelo olhar do outro, a existência só é possível através do olhar do outro, a sociabilidade é baseada na sedução. E o corpo é o cartão de visitas do sujeito, é a forma dele se

apresentar perante os outros. Tratar o corpo como acessório é a tentativa de imprimir uma identidade a esse corpo, que devido à separação entre sujeito e corpo, torna-se vazio sem ela. Porém, essa construção de identidades também pode ser fluida, pode se dar de acordo com o momento presente vivenciado pelo sujeito, amanhã pode ser descartada e, em seu lugar, erige-se uma nova, o que reflete bem os ciclos da moda, onde o Mercado vende pacotes identitários conforme a estação. Trata-se do jogo de coexistência entre modernidades líquida e sólida. No caso do *Heavy Metal*, com o qual trabalhamos aqui, ressaltamos mais uma vez que pudemos observar uma cristalização dos objetos de consumo que vão moldar esse corpo e imprimir nele uma subjetividade carregada da estética do *Heavy Metal*, que é constante, cristalizada. O consumo é essencial na moldagem desse corpo e a visibilidade é essencial, já que para existir, precisamos ser reconhecidos pelos outros. E é sempre importante que os outros nos reconheçam da maneira como queremos ser vistos, por isso, o corpo é o acessório que garante a nossa visibilidade e, no caso dos *headbangers*, a identificação dentro do grupo e fora dele como alguém que faz parte da cena.

O que pudemos observar a partir das entrevistas realizadas foi que, para todos, a questão do visual é essencialmente vinculada ao sentir-se bem por estar vestido de determinada maneira, isso de forma geral, para todos que foram questionados. Agora, as respostas também se dividiram em dois grupos: Algumas pessoas responderam que, para elas, é importante chocar as outras pessoas, que não vivenciam o metal, através do visual. Desta forma, são pessoas que usam determinadas roupas vinculadas a estética do *Heavy Metal* por dois motivos, para se sentir bem, por estarem usando algo que gostam, mas também para chocar a sociedade de alguma forma. Já outras pessoas responderam que, para elas, não importa o olhar do outro, ou seja, não usam uma determinada roupa no intuito de chocar. Usam apenas aquilo que as fazem se sentir bem. Esse sentir-se bem com aquilo que se veste, que foi um dado geral nas entrevistas, tem a ver com o que Le Breton fala sobre a separação que foi construída ao longo dos tempos entre o corpo e a alma, ou a subjetividade, portanto, quando o sujeito se veste de determinada forma para sentir-se bem, é na tentativa de imprimir essa subjetividade ao seu corpo, que, inicialmente aparece como desvinculada dele. Isso se torna mais forte naquelas pessoas que alegaram querer chocar o outro, através das roupas. Podemos constatar aí uma

presença mais aparente da preocupação em relação ao olhar do outro, apesar desse olhar estar presente em qualquer circunstância e ser condição *sine qua non* da existência.

Eu consumo tudo... Camisas, acessórios, *patches*... (Entrevistado E)/
Tudo o que o bolso permitir... (Entrevistado F)/ Eu também...
(Entrevistado E)/ O que sobra, é pra pagar as contas... (risos)
(Entrevistado F)/ Se aparecer uma cueca de banda... (risos)
(Entrevistado E)

O visual não é para aparecer, mas por uma questão de gosto pessoal, satisfação pessoal. Eu me identifico, acho legal estar usando uma camiseta de uma banda que eu curto e é uma forma até de homenagear... (Entrevistado A)

Quando você sai para um bar, pra um show, é importante a gente abrir o armário, olhar as camisetas e perguntar: “Pô, qual herói eu vou usar hoje? (Entrevistado D)

É lógico que, quem me ver de camisa preta, vai ver, “ah, esse cara deve ser metaleiro!”, mas eu não ligo. (Entrevistado F)

Eu faço questão mesmo de ser associado ao *Heavy Metal*, eu sinto essa necessidade. Pra mim, faz parte do show. Eu gosto de ter meu nome associado ao metal... Não é que eu gosto, é que eu preciso, acho que me completa! [...] Eu vou trabalhar de camisa de banda. (Entrevistado E)

Para os homens, no que se refere ao visual, o elemento mais representativo é a camisa de banda. É o elemento básico que serve para os identificar enquanto *headbangers* e é também usado, como já falamos, como modo de homenagear as bandas que se ouve. Quando os homens não estão vestindo camisas de banda, geralmente vestem camisas pretas, mas a predileção se dá pelas camisas de banda. No geral, a preferência é pelas calças jeans básicas, calças pretas, ou calças camufladas, pois podemos observar como parte integrante da estética do *Heavy Metal* elementos que foram integrados a partir de adereços tipicamente militares, como peças de roupa camufladas, cintos, pulseiras ou braceletes que imitam um ajuntamento de balas de fuzil e coturnos, bastante utilizados

também. Os coletes e jaquetas jeans ou em couro também compõe o visual do *headbanger*.

As mulheres também usam camisas de banda, porém, há um leque mais variado de opções para compor o visual. Muitas têm ou gostariam de ter um ou mais *corsets*, que é uma peça chamativa e que não é utilizada pelas mulheres que não ouvem *Heavy Metal*, em geral. Os *corsets*, ou espartilhos, podem ser confeccionados em vários materiais, os mais vendidos, segundo a *corset maker* que entrevistamos, são feitos em cetim, vinil e crepe. As rendas também são bastante exploradas nessas e em outras peças que fazem parte do visual *headbanger*. As cores predominantes são o preto, o vermelho e o roxo. Peças em couro também são bastante visadas dentro do meio. Vestidos, calças e corpetes em *lycra cirré* são muito utilizados para compor o *look*, pois esse tecido tem a aparência de vinil ou couro, porém como Natal tem um clima quente, que não favorece a utilização de roupas em couro ou vinil, a *lycra cirré* torna-se uma alternativa bastante viável. Saias longas, curtas, geralmente nas cores citadas, também são muito utilizadas. E os mais diversos acessórios vêm para completar e tornar o modo de se vestir das *headbangers* mais idiossincrático ainda. Apesar de o clima de Natal não favorecer a utilização de roupas de inverno, o sobretudo também é uma peça bastante visada, principalmente por aqueles (homens e mulheres) que seguem uma linha mais gótica. Abaixo estão imagens do meu arquivo pessoal, de shows, e também imagens cedidas pela *corsetmaker* que entrevistamos, para que possamos visualizar um pouco como se manifesta a estética do *Heavy Metal*.



Imagem 01- Sobrevestido e saia por Victoire Lucy atelier. Fonte: Victoire Lucy ateliê.



Imagem 02- Corset e saia por Victoire Lucy atelier. Fonte: Victoire Lucy ateliê.



Imagem 03- Corsets, saias e acessórios por Victoire Lucy ateliê. Fonte: Arquivo pessoal.



Imagem 04 – Retrato de um show de Metal.
Fonte: Arquivo pessoal.



Imagem 05 – Roupas por Victoire
Lucy ateliê. Fonte: Arquivo
pessoal.



Imagem 06 – Headbangers no Whiplash bar. Fonte:
Arquivo pessoal.

Referências Bibliográficas:

BAUMAN, Zygmunt. **Amor Líquido**: Sobre a fragilidade das relações humanas. Tradução: Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 2004.

_____. **Modernidade e ambivalência**. Tradução: Marcus Penchel. Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 1999.

_____. **O mal-estar da pós-modernidade**. Tradução: Mauro Gama, Cláudia Martinelli Gama. Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 1998.

_____. **Vida líquida**. Tradução: Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 2007.

_____. **Vida para consumo**: A transformação das pessoas em mercadoria. Tradução: Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 2008.

BRETON, David Le. **Adeus ao corpo**: Antropologia e sociedade. Tradução: Marina Appenzeller. Campinas – SP, Papirus, 2003.

CAMPOY, Leonardo Carbonieri. **TREVAS NA CIDADE – o *underground* do metal extremo no Brasil**. Dissertação (Mestrado de Sociologia e Antropologia) - Instituto de Filosofia e Ciências Sociais – UFRJ.

CARLEIAL, Lucas Gurgel do Amaral. **“HELL YEAH!” Por uma Filosofia do Rock e do Metal a partir do Pensamento Estético-Musical de Nietzsche**. Monografia (Curso de Graduação em Filosofia) UFCE.

FOUCAULT, Michel. **A hermenêutica do sujeito**. São Paulo: Martins Fontes, 2006

_____. **A ética do cuidado de si como prática da liberdade**. In: FOUCAULT, Michel. Ética, sexualidade, política. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2004 (Ditos e escritos; V)

_____. **Qu'est-ce que la critique?** Critique et Aufklärung. Bulletin de la Société française de philosophie, Vol. 82, nº 2, pp. 35 - 63, avr/juin 1990 (Conferência proferida

em 27 de maio de 1978). Tradução de Gabriela Lafetá Borges e revisão de Wanderson Flor do Nascimento.

_____. (1984) **O Que São as Luzes?** In: Ditos e Escritos II: Arqueologia das Ciências e História dos Sistemas de Pensamento. Editora Forense Universitária, 2005.

_____. **O retorno da moral.** Barbedette, Gilles e Scala, André. Entrevista de Michel Foucault. Les Nouvelles, em 29/5/1984. In: ESCOBAR, Carlos Henrique (org.). Michel Foucault (1926- 1984) - **O Dossier** - últimas entrevistas. Rio de Janeiro, Livraria Taurus Editora.

_____. **O sujeito e o poder.** In: RABINOW, Paul; DREYFUS, Hubert. Uma trajetória filosófica: Para além do estruturalismo e da hermenêutica. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1995.

_____. **Sobre a genealogia da Ética:** Uma visão do trabalho em andamento. In: ESCOBAR, Carlos Henrique de. **O dossier:** últimas entrevistas. Rio de Janeiro: Livraria Taurus Editora, 1984. Págs. 41-70.

LOPES, Pedro Alvim Leite. **Heavy Metal no Rio de Janeiro e Dessacralização de Símbolos Religiosos: A Música do Demônio na Cidade de São Sebastião das Terras de Vera Cruz.** Tese (Doutorado em Antropologia Social) – Museu Nacional – UFRJ.

MAFFESOLI, Michel. **O tempo das tribos – O declínio do individualismo nas sociedades de massa.** Rio de Janeiro: Forense-Universitária. 1987.

MEDEIROS, Abda de Souza. **Cosmologias do Rock em Fortaleza.** Dissertação (Mestrado em Sociologia) – UFC.