



# As redes e rizomas a partir do consumo: um estudo da vida noturna em Campos dos Goytacazes-RJ

The networks and rhizomes from consumption: a study of nightlife in Campos dos Goytacazes - RJ

**Fernanda de Faria Viana Nogueira<sup>1</sup>**, Universidade Federal Fluminense, [ff\\_viana@id.uff.br](mailto:ff_viana@id.uff.br)

**Antonio Bernardes<sup>2</sup>**, Universidade Federal Fluminense, [antoniobernardes@id.uff.br](mailto:antoniobernardes@id.uff.br)

---

<sup>1</sup> Graduanda de Bacharelado em Geografia pela Universidade Federal Fluminense.

<sup>2</sup> Pós-doutorado pela Universidade Estadual Paulista e Professor do Departamento e do Programa de Pós-Graduação em Geografia da Universidade Federal Fluminense.

## RESUMO

Este artigo tem como base a pesquisa de Iniciação Científica (IC), financiada pela *Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro (FAPERJ)* que teve como objeto de estudo as redes de consumo, com recorte voltado para o consumo do lazer noturno do público jovem na cidade de Campos dos Goytacazes. Para isso, se fizeram necessárias análises quanto a esta realidade contemporânea a partir dos conceitos de território e territorialidade. Partimos do pressuposto que as redes dão origem a um selecionado grupo da sociedade que tem como ponto em comum o consumo, seja de um lugar, de uma roupa, ou ambos. Esse consumo dá origem a um seletivo grupo social, que se inter-relaciona, constituindo uma rede. Deste modo, ocorreu a análise da forma como se constituem essas redes e como elas organizam a sociedade, e até mesmo o modo de consumo da mesma, dando ênfase no consumo do lazer noturno e no conceito de território, e as diferentes dinâmicas que se constituem a partir do consumo no Norte Fluminense, mais especificamente, na cidade de Campos dos Goytacazes.

**Palavras-chave:** Redes, Rizomas, Território, Consumo, Campos dos Goytacazes.

## ABSTRACT

This paper has based on a scientific research, which was financed by *Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro (FAPERJ)* and had as object of study the networks of consumption, specifically for consumption of younger's nightlife. For this, analyzes were required about this contemporary reality from the concepts of territory and territoriality. We start from the assumption that the networks give rise to a selected group of the society that has like point in the consumption, be it of a place, of a clothes, or both. This consumption gives rise to a select social group, which interrelates, constituting a network. In this way, the analysis of the way in which these networks are constituted and how they organize the society, and even the mode of consumption of the same, emphasizing the consumption of the nocturnal leisure and the concept of territory, and the different dynamics that constitute From consumption in the Northern Fluminense, more specifically, in the city of Campos dos Goytacazes.

**Keywords:** Networks, Rhizoms, Territory, Consumption, Campos dos Goytacazes.

## INTRODUÇÃO

Em um mundo onde as multiplicidades encontram-se cada vez mais presentes, as redes começam a crescer e a organizarem e a reorganizarem a sociedade. O mundo globalizado faz com que o acesso à informação e o diálogo entre as pessoas, seja muito mais acessível, de maneira com que seja quase ilimitado, possibilitando, então, a formação de amplas redes sociais, de comunicação, dentre outras.

As multiplicidades não possuem sujeito e nem objeto, não há uma dicotomia, mas existem somente determinações, grandezas, dimensões, portanto, dão origem aos “rizomas” que se trata de uma metáfora empregada por Guattari e Deleuze (2005) para exemplificar mais do que redes e sim a múltipla interligação entre diferentes nós.

Os rizomas não comportam unidades de medida, mas somente multiplicidades ou variedades de uma medida, eles assim, se organizam somente em linhas, essas linhas, nunca param de se remeterem uma as outras. Por isso os rizomas nunca se encontrarão em pontos isolados. Ele se constitui em linhas segundo a segmentariedade as quais ele é estratificado, territorializado e organizado, ou seja, por esse motivo, o rizoma faz com que a sociedade, cuja sua constituição e conexão pode ser entendida por meio das redes. Isso permite com que ele também exerça sua territorialidade e se organize de maneira com que sejam formados grupos – constituídos pelas redes –, que organizam em função de diversas possibilidades, como por exemplo, pelo consumo.

Não muito distante da proposta dos rizomas, tomamos a concepção de redes de Latour (2005) em que elas devem ser consideradas a partir de uma “sociologia das associações”, que propõe que pequenos fios que representam os vínculos entre atores, formem a figura da rede. Diferentemente do rizomas, as redes para Latour se constituem a partir do nivelamento das perspectivas hierárquicas. Assim, para Latour (2005) se constrói a imagem do social em rede mediante a característica de cada associação. As redes, portanto, não são substantivas, de forma que as instituições de redes a partir disso descartam a concepção de “inflexíveis” ou de estruturas pré-existentes como as construídas para o transporte metroviário ou para o saneamento hidráulico, nas metáforas do escritor.

A interlocução entre a teoria de redes proposta por Latour (2005) e a teoria dos rizomas (GUATTARI; DELUZE, 2005) tem como objetivo o entendimento do consumo, para que assim, fosse possível identificar seus atores, seus objetos e como as redes sociais se formam, alimentando e sendo alimentada pelo consumo de roupas, que se inter-relaciona com o consumo do lazer noturno na cidade de Campos dos Goytacazes.

Para o entendimento prévio do consumo tomamos a assertiva de Baudrillard (1970) em que é a partir de um novo sistema de valores instituído no capitalismo que a ideia de uma sociedade de consumo começa a se consolidar, dando origem a um novo significado ao objeto a ser consumido. Anteriormente, o “objeto-símbolo tradicional” se mostrava como mediador de uma relação vivida, agora, o “objeto de consumo”, é um signo que apenas tem sentido em uma relação abstrata com outros objetos signos. Ao se tornar signo, o objeto se concretiza apenas substância significante. Por isso, o consumo, na visão do autor, é “a totalidade virtual de todos os objetos e mensagens que se constituem doravante num discurso que parece cada vez mais coerente. O consumo, pelo fato de possuir um sentido, é uma atividade de manipulação sistemática de signos” (BAUDRILLARD, 1970, p. 54).

Magnani (2005) afirma que o lazer noturno surgiu no final do século XIX e tem, ao longo do tempo, sofrido intensas transformações, sendo considerado hoje um produto da indústria cultural e comercial baseada no consumo. Esses espaços de lazer noturno possibilitam, portanto, não só o consumo do que está sendo oferecido nas boates, mas, vai além disso – proporciona o “consumo” de um certo tipo de vínculos de sociabilidade, a formação de uma rede específica que se diferencia das constituídas em outros ambientes.

Deste modo, se parte do pressuposto de que o consumo, mais especificamente, o de roupas, de certos tipos de marca, de diferentes tipos de lojas, forma um seletivo grupo de pessoas. O que se buscou entender é, como esse grupo de pessoas, especificamente os jovens – devida a sua maior conexão ao lazer noturno – se materializam em forma de redes e rizomas, que se diferenciam de acordo com grupo social em que se está inserido, ao seu poder de compra, de acesso, isto é, como o consumo de determinada roupa, marca, define a qual grupo, por exemplo, de lazer noturno, essas pessoas irão pertencer, sendo possível traçar um panorama de como o consumo do lazer noturno e de roupas, está ligado à classe social a que pertencem e, também, ao lugar onde residem.

## A METODOLOGIA APLICADA À PESQUISA

O objetivo geral da pesquisa foi de descrever, interpretar e analisar as dinâmicas e as relações dos jovens com as redes e rizomas construídos a partir do seu consumo de roupas e do lazer noturno na cidade de Campos dos Goytacazes, assim como, a partir disso, os territórios formados em consequência do consumo e como essas redes reforçam as centralidades urbanas de lazer.

Buscamos a identificação dos “atores” e das diferentes redes constituídas a partir do consumo de roupas e do lazer noturno, para que assim, pudéssemos traçar as diferenças dessas redes que se constituem a partir dos diferentes tipos de consumo. Sobretudo, destacando, o porquê do consumo de certo lugar específico, isto é, quais as ligações poderíamos fazer com as dinâmicas do consumo do lugar de lazer noturno para com o consumo de roupas, o que daria origem, portanto, a um certo tipo de rede ou rizoma que se diferenciaria.

Tomamos como base empírica para o estudo dois locais de lazer noturno na cidade de Campos dos Goytacazes, ambos localizados no bairro da Pelinca. O primeiro se constitui na boate “Excess Club” e o segundo, no “Underground Pub”. Em ambos foi possível identificar as diferentes redes sociais formadas a partir das dinâmicas de consumo estabelecidas e entender como a partir da formação dessas redes, como múltiplos territórios poderiam ser formados.

Podemos então afirmar que o território, imerso em relações de dominação e/ou de apropriação sociedade-espço, desdobra-se ao longo de um *continuum* que vai da dominação político-econômica mais 'concreta' e 'funcional' à apropriação mais subjetiva e/ou 'cultural-simbólica' (HAESBAERT, 2004, p. 21).

Foram realizados trabalhos de campo, em que foi priorizada a observação participativa que teve como finalidade a identificação das redes formadas a partir da interação e das relações sociais nas casas de lazer noturno.

[...] definimos observação participante como um processo pelo qual mantém-se a presença do observador numa situação social com a finalidade de realizar uma investigação científica. O observador está em relação face-a-face com os

observados, e ao participar da vida deles, no seu cenário natural, colhe dados. Assim, o observador é parte do contexto sob observação, ao mesmo tempo modificando e sendo modificado por este contexto (SCHUARTZ & SCHUARTZ *apud* Cicoruel, 1980, p.89).

Nesta primeira fase, foram identificados os múltiplos territórios que se constituíam a partir das redes formadas nos lugares de pesquisa – Excess Club e Underground –, a partir disso, buscamos interpretar e entender como essas redes – que formam os territórios – se comportavam, quem eram os atores dessa rede e se elas se diferenciavam e como de acordo com a atração oferecida em cada casa de lazer noturno.

Em segundo momento, foram aplicados questionários nos dois locais para que fosse possível entender o comportamento das redes e como se dava a sua origem. A partir da análise desses questionários, pode-se notar uma preferência maior por algumas lojas de roupas localizadas na cidade, o que resultou em entrevistas com os respectivos proprietários para melhor compreensão das dinâmicas das redes.

## DOS RIZOMAS ÀS REDES DE CONSUMO DO LAZER NOTURNO

O conceito de rizoma foi desenvolvido por Guattari e Deleuze (2005) que buscam com essa metáfora a melhor visualização da multiplicidade e da interligação em que o mundo de hoje se encontra. Os rizomas são, na essência da palavra, raízes de árvores, plantas que se encontram interligadas, sempre se misturando, porém, os autores ampliam esse conceito, potencializam-no, pois, o conceito de rizomas da botânica não o seria suficiente para o objetivo almejado. Um rizoma é totalmente diferente deste primeiro tipo de linhas, o rizoma não é exato, mas um conjunto de elementos vagos e não de classes. O rizoma é distinto disso tudo, pois não fixa pontos nem ordens. Um rizoma não se conclui, ele sempre se encontra no meio, como uma ligação.

Um rizoma como haste subterrânea distingue-se absolutamente das raízes e radículas. Os bulbos, os tubérculos, são rizomas. Plantas com raiz ou radícula podem ser rizomórficas num outro sentido inteiramente diferente: É uma questão de saber se a botânica, em sua especificidade, não seria inteiramente rizomórfica. Até os animais o são, sob as forma matilha; ratos são rizomas (DELEUZE & GUATTARI, 2004, p.19).

Portanto, partindo desta afirmação, pode-se notar que a sociedade pode ser interpretada de forma rizomática. Os rizomas são de fato, a forma de exemplificar as ações que ocorrem na sociedade e seus efeitos para com sua organização. A sociedade caracteriza-se pela sua mutação, ela nunca será a mesma, sempre se irá se conectar de diferentes formas, a diferentes grupos, alterando-se, desconstituindo-se e constituindo-se, isto é, se transformando, em seus diversos aspectos, sejam eles políticos, culturais, econômicos, sociais ou ideológicos.

Qualquer ponto de um rizoma pode ser conectado a qualquer outro e deve sê-lo. É muito diferente da árvore raiz que fixam um ponto, uma ordem. [...] Cadeias semióticas de toda natureza são aí conectadas a modos de codificação muito diversos, cadeias biológicas, políticas, econômicas, ect, colocando em jogo não somente regimes de signos diferentes, mas também estatutos de estados de coisas." (DELEUZE & GUATTARI, 2004, p. 30)

Diante dessas mudanças em que um rizoma se submete e deve-se submeter, evidencia-se a multiplicidade. Ser múltiplo é uma característica e consequência da natureza de um rizoma, isto é, uma “sociedade rizomática” tem como objetivo sempre atingir essa multiplicidade. Uma multiplicidade não tem sujeito nem objeto, mas somente determinações.

É somente quando o múltiplo é efetivamente tratado como substantivo, multiplicidade, que ele não tem mais nenhuma relação com o uno como sujeito ou como objeto, como realidade natural ou espiritual, como imagem e mundo. As multiplicidades são rizomáticas e denunciam as pseudomultiplicidades arborescentes (DELEUZE & GUATTARI, 2004, p.32).

Os rizomas, portanto, são constituídos por essas multiplicidades, são elas que fazem com que os rizomas não possam ser sobrecodificados, isso ocorre, pois as multiplicidades são definidas pelo fora, constituídas por linhas de fuga, linhas planificadas que se territorializam e desterritorializam, pois só assim, podem se constituir múltiplas, permitindo a conexão e desconexão de um rizoma a outro.

Mas acontece, justamente, que um rizoma, ou multiplicidade, não se deixa sobrecodificar, nem jamais dispõe de dimensão suplementar ao número de suas linhas, quer dizer, a multiplicidade de números ligados a estas linhas. Todas as multiplicidades são planas, uma vez que elas preenchem, ocupam todas as dimensões: falar-se-á então de um plano de consistência das multiplicidades, se bem que este “plano” seja de dimensões crescentes segundo o número de conexões que se estabelecem nele. As multiplicidades se definem pelo fora: pela linha abstrata, linha de fuga ou de desterritorialização segundo a qual elas mudam de natureza ao se conectarem às outras (DELEUZE & GUATTARI, 2004, p. 53).

A partir do entendimento dos rizomas e seus processos de territorialização e de desterritorialização podemos indicar o múltiplo, as múltiplas redes que irão se constituir e ter se origem na sociedade. Estas nada mais são que uma outra forma de origem de outros diferentes territórios, ou seja, é um movimento de (re)territorialização como propõe Haesbaert (2004).

Geograficamente falando, não há desterritorialização sem reterritorialização pelo simples fato de que o homem é um "animal territorial" (ou "territorializador", como afirmou o sociólogo Yves Barel). O que existe, de fato, um movimento complexo de territorialização, que inclui a vivência concomitante de diversos territórios - configurando uma multiterritorialidade, ou mesmo a construção de uma territorialização no e pelo movimento (HAESBAERT, 2004a).

Para Haesbaert (2004), o espaço social aparece de maneira difusa por toda a sociedade e pode, assim, ser trabalhado de forma genérica. O território e as dinâmicas de desterritorialização – sempre hifenizada – devem ser distinguidos através dos atores que efetivamente exercem poder, que de fato controlam esse(s) espaço(s) e, o que conseqüentemente, dará a gênese das redes de consumo do lazer noturno em consonância posterior com o consumo de roupas.

O conceito de rede comparece para o entendimento das dinâmicas sociais instituídas, pois, como salientamos, para Latour (2005) as redes se classificam como uma “ligação” realizada entre e pelos

atores – as pessoas que frequenta as casas de noturno – e o objeto, que no caso da pesquisa, são as casas de lazer noturno Excess Club e Underground Pub.

Latour (2005) nos incentiva a notar que em sua formação, os grupos deixam “rastros” que podemos perceber, interpretar e analisar. Primordialmente, podemos constatar que na delimitação de um grupo existem aqueles que falam sobre ele, o que deveria ser ou o que forma precisa assumir, aí está a justificativa para que o grupo exista, isto é, uma associação. Em seguida, deve-se conferir que juntamente com constatação de um grupo sempre são expostos antigrupos, o que eles não são. Podemos constatar isso nos dois locais de pesquisa que dão origem a diferentes tipos de redes, associadas a opostos tipos de consumo de roupas e de preferências no lazer noturno.

Quem deve delimitar o grupo, quem diz até onde um grupo “pode ir”, são os próprios atores, já que são os atores que fazem parte de seus grupos, ou seja, da realidade. Tentar delimitá-los ou colocá-los em uma estrutura pré-condicionada por qualquer que seja a Ciência, estando “de fora” dessa realidade de cada grupo, seria uma distorção da pesquisa social.

## **AS REDES QUE SE FORMAM A PARTIR DO CONSUMO DO LAZER NOTURNO E SUAS TERRITORIALIDADES**

É diante o agrupamento dos atores da sociedade que as redes sociais serão criadas. As redes formam-se com o intuito não de delimitar os atores às estruturas já desenvolvidas, pelo contrário, as redes são uma forma de liberdade que os atores” sociais têm de sempre se interligar, se conectar, se expandir de forma infinita, deixando com que cada rede desenvolva sua dinâmica própria, que pode se assemelhar ou não a outras. De acordo com Latour (2005), definir ou ordenar o social é tarefa dos próprios atores e não dos cientistas. Ao invés de priorizar a compreensão da ordem, de estruturas, é indispensável buscar perceber e interpretar as conexões.

É necessário que haja uma liberdade para que as redes tenham sua verdadeira função exercida, em que não delimitações para suas ações, sejam elas entre atores ou objetos. Podemos então, diante disso, identificar, *a priori*, duas principais redes sociais – que posteriormente dissolvem-se em diversas outras redes menores, em menores grupos, com características diferentes e individuais – a “Excess Club” e o “Underground Pub”.

É como se dissessemos aos atores: ‘não vamos tentar disciplinar vocês, enquadrá-los em nossas categorias; deixaremos que se atenham os seus próprios mundos e só então pediremos sua explicação sobre o modo como os estabeleceram (LATOUR, 2005, p.44, tradução nossa).

Conforme afirma Lindón (2009), o sujeito/ator é uma das formas de entendimento particularmente das práticas, da ação social e do atuar. Dado que a possibilidade de atuação não tão somente resulta de um mundo próprio da pessoa, mas também, de um mundo de sentidos e orientações partilhadas com outros, um mundo de memórias e fantasias individuais e coletivas, coletividade essa, portanto, que dará origem às redes sociais.

É diante dessa necessidade das redes serem infinitas e múltiplas que é um dos liames para relacionarmos a teoria das redes a teoria dos rizomas. Os rizomas se caracterizam por suas linhas de segmentariedade, que irão se estabelecer a partir dessa necessidade da multiplicidade, nesse caso, das redes. Um rizoma é uma abstração, ao mesmo tempo em que torna possível conexão entre um grupo, ele faz com que também haja uma possível desconexão e reconexão, sendo isso o que o dá característica de infinito, de múltiplo.

Perceber, como diz Deligny, que essas linhas não querem dizer nada. É uma questão de cartografia. Elas nos compõem, assim como compõem nosso mapa. Elas se transformam e podem mesmo penetrar uma na outra. Rizoma. Certamente não têm nada a ver com a linguagem, é ao contrário a linguagem que deve segui-las, é a escrita que deve se alimentar delas entre suas próprias linhas. Certamente não têm nada a ver com um significante, com uma determinação de um sujeito pelo significante; é, antes, o significante que surge no nível mais endurecido de uma dessas linhas, o sujeito que nasce no nível mais baixo. Certamente não têm nada a ver com uma estrutura, que sempre se ocupou apenas de pontos e de posições, de arborescências, e que sempre fechou um sistema, exatamente para impedi-lo de fugir. Deligny evoca um Corpo comum no qual essas linhas se inscrevem, como segmentos, limiães ou quanta, territorialidades, desterritorializações ou reterritorializações (DELEUZE & GUATTARI, 1996, p.71).

Os rizomas que são formados, portanto, se deslocam e se territorializam enquanto grupo, e, também, se desterritorializam. É uma característica rizomática estar sempre em movimento e é por isso que o conceito de rizoma atende perfeitamente as demandas dos locais e grupos estudados, pois eles se apresentam em forma de diferentes redes, o que resulta em segmentos de rizomas que podem – e fazem isso de maneira constante – mantendo-se em múltiplas dinâmicas entre si. Conforme afirma Deleuze e Guattari (1996), a cada traço liberado de ação de um grupo, faz-se, isto é, dá origem a rizoma com um traço liberado de paisageidade, de picturalidade e de musicalidade: não uma coleção de objetos parciais, mas um bloco vivo, uma conexão em uma multiplicidade real, em um diagrama, com um traço de paisagem desconhecido, um traço de pintura ou de música que se encontram então efetivamente produzidos, criados, segundo quanta de desterritorialização positiva absoluta. Abre-se um possível rizomático, operando uma potencialização do possível, contra o possível arborescente que marcava um fechamento, uma impotência, agora, portanto, torna-se um “sistema” sempre aberto, e múltiplo, enquanto rizoma.

Dessa vez, impulsos e rachaduras na imanência de um rizoma, ao invés dos grandes movimentos e dos grandes cortes determinados pela transcendência de uma árvore. A fissura "se produz quase sem que o saibamos, mas na verdade tomamos consciência dela subitamente". Essa linha molecular mais maleável, não menos inquietante, muito mais inquietante, não é simplesmente interior ou pessoal: ela também põe todas as coisas em jogo, mas em uma outra escala e sob outras formas, com segmentações de outra natureza, rizomáticas ao invés de arborescentes (DELEUZE & GUATTARI, 1996, p.66).

É importante salientar que, o processo de territorialização ocorre a partir da dinâmica dos rizomas então formados, ou seja, os territórios aos quais os grupos se apropriam, são “reflexos” dessas multiplicidades dos rizomas, o que leva então, a formação de territórios múltiplos.

Essa dinâmica entre as redes e seus rizomas formados, assim como, com o espaço frequentado, o espaço onde estes têm sua origem, faz com que territórios sejam formados. Em um mesmo lugar,

em uma mesma casa de lazer noturno, vários territórios podem ser delimitados, haja vista que em um mesmo lugar teremos a formação de vários “pequenos grupos” que possuem suas individualidades e que devem ser consideradas, apesar de partilharem o mesmo local para exercer sua territorialidade, fazendo com que comecem a ser formar assim, múltiplos territórios. Conforme afirma Haesbaert (2004), a formação de múltiplos territórios se faz, portanto, por consequência dessas dinâmicas decorrentes desses grupos, nos quais a territorialização, a comunicação entre os territórios e desterritorialização sejam constantes, devido à complexificação e intensificação desses processos infinitos. Um grupo, portanto, pode se territorializar e desterritorializar por muitas vezes, tendo em vista que o processo de desterritorialização encontra-se indissociavelmente ligado à sua contraface, os movimentos de (re)territorialização.

O que existe, de fato, é um movimento complexo de territorialização, que inclui a vivência concomitante de diversos territórios - configurando uma multiterritorialidade, ou mesmo a construção de uma territorialização no e pelo movimento (HAESBAERT, 2007, p.8).

A partir da territorialização, inicia-se, conseqüentemente, um processo de dominação e/ou apropriação. O território e a territorialização devem ser trabalhados na multiplicidade de suas manifestações, também levando em consideração, a multiplicidade de poderes nele exercidos, que acontece através dos sujeitos/atores nele incorporados e as suas relações com seus “anti-grupos”. Quando tratamos de território, tratamos de relações de poder, em pequenas e grandes proporções, hierarquizando grupos, modificando suas identidades. Desta maneira, devemos distinguir os territórios a partir dos diferentes atores que o constroem, ou seja, que fazem com que ali se constitua um território.

Território envolveria assim, necessariamente, um espaço apropriado por um grupo, como forma de se constituir e de se manter como um grupo em relação a outros grupos. Envolveria o estabelecimento de uma relação de inclusão e de exclusão e de comunicação dos limites por meio de algum sinal reconhecível pelos grupos que se colocam no jogo de negociação por espaço. (NETO, 2003, p.280).

A necessidade de entender quem são esses grupos que fazem com que os territórios existam, portanto, se faz presente. Porém, é necessária a compreensão a partir de qual motivo, esses atores se agrupam e com qual finalidade eles o fazem. Em ambos locais de pesquisa, pode-se identificar uma primeira formação de grupos em consequência a identificação com o lugar, sendo este a “Excess Club” ou “Underground Pub”, ou seja, o consumo do que era oferecido em cada uma das casas de lazer noturno. Esses grupos, ao mesmo tempo em que são moldados pelo espaço onde se constituem enquanto grupo, moldam o espaço fazendo, também que “absorvam” suas características enquanto grupo, numa dinâmica contínua. O espaço e os objetos que nele se encontram, portanto, tornam-se parte do grupo, como parte de uma ligação inerente ao mesmo, precisando dessa ligação para torna-se o que realmente é.

O homem acha-se então ligado aos objetos ambientes pela mesma intimidade visceral (guardadas as devidas proporções) que aos órgãos do próprio corpo e a “característica” do objeto tende sempre virtualmente a recuperação desta substância por anexação oral e “assimilação” (BAUDRILLARD, 2008, p.34).

Alguns fatores afetam diretamente no público em que vai frequentar o local, ou seja, na formação dos grupos. De acordo as entrevistas realizadas com os clientes dos respectivos estabelecimentos,

a música, a decoração e o preço são algumas das condições que são consideradas pelos clientes e, como as casas de lazer noturno se diferenciam nesses aspectos, isso faz com que o seu público também se diferencie.

[...] Gosto muito do Under. Venho porque gosto da vibe do lugar, das pessoas que costumam vir aqui, a música. Tudo combina... É um dos únicos lugares da cidade pra sair que eu realmente me sinto a vontade, em casa. Meus amigos também sempre vêm aqui, e aí junta o útil ao agradável, né? Lugar bom e também é barato, me divirto muito aqui (ENTREVISTADO 1, 2016).

Ah, venho aqui porque meus amigos frequentam aqui também. Sei que vou chegar aqui e vou encontrar quem eu quero, e gosto daqui, do lugar, acho bem legal a decoração, o espaço, como é dividido, acho que a dinâmica daqui é bem atrativa (ENTREVISTADO 2, 2016).

Ainda na perspectiva do “apego” ao lugar é necessário destacar que, as dinâmicas ocorrem em proporções diferentes nos diferentes locais. Enquanto na “Excess Club” os clientes têm a preferência em consumir o lazer noturno em razão das pessoas que o frequentam, não levando muito em consideração a atração oferecida na noite, no “Underground Pub” já ocorre o contrário, pois, os clientes desenvolveram uma topofilia, isto é, segundo Tuan (2012) a ocorre um elo afetivo entre a pessoa e o ambiente físico, pelo lugar, e serviços oferecidos. Enquanto na boate “Excess Club” o público não varia muito de acordo com as diferentes atrações oferecidas – pagode, *funk*, eletrônica, sertanejo universitário, dentre outros estilos musicais –, o público do “Underground Pub”, costuma se diferenciar bastante, o que nos apresenta uma nova característica de diferenciação entre os grupos apresentados nos dois locais, ainda que essas diferenças sejam representadas de uma forma mais generalizada

[...] eu não venho aqui só por causa da música, tudo aqui é divertido, e me atrai. Mas a música é o principal pra mim em uma noite. Não precisa ser uma banda específica ou um estilo musical a noite inteira, lógico. Mas vir aqui, por exemplo, pra ouvir pop, eu não viria, até porque, as pessoas com que eu venho, também não iriam querer vir. O público muda, e aí o ambiente também muda né. Isso faz muita diferença pra mim (ENTREVISTADO 1, 2016).

[...] geralmente eu vou a Excess todo final de semana, mesmo com atrações diferentes. É certo, sábado é dia de estar com meus amigos, ou seja, sábado é dia de Excess. Como eu tinha falado, eu sei que vou encontrar todo mundo lá, não importa muito o que estiver tocando na hora (ENTREVISTADO 2, 2016).

Além desses aspectos já contemplados, é necessário também salientar a importância das diferentes roupas usadas pelos atores em cada local. Em consonância com Bauman (2008), podemos afirmar que a partir do consumo de um produto, o modo como nos apresentaremos a sociedade irá se modificar, o consumo classifica, categoriza e delimita grupos. Consumir, portanto, significa investir na afiliação social de si próprio, o que, numa sociedade de consumidores, traduz-se em “vendabilidade”: obter qualidade para as quais já existe uma demanda no mercado, ou reciclar as que já possui, transformando-as em mercadorias para as quais a demanda pode continuar sendo criada, aumentando assim, o consumo, e fazendo com os grupos, isto é, as redes, também

se formem a partir do consumo de um certo produto, pois este, trará importantes significados para aquela rede e até mesmo para as que se fazem opostas a ela.

Uma sociedade criada em função desse consumo é estabelecida, fazendo com que haja uma relação tão forte entre o consumidor e o que é consumido, com que se tornem somente uma “mercadoria”, deste modo, o produto e cliente já fazem parte de uma única e indivisível estrutura.

Os encontros dos potenciais consumidores com os potenciais objetos de consumo tendem a se tornar as principais unidades na rede peculiar de interações humana conhecida, de maneira abreviada como “sociedade de consumo”. Ou melhor, o ambiente existencial que se tornou conhecido como “sociedade de consumidores” se distingue por uma reconstrução das relações humanas a partir do padrão, e á semelhança, das relações entre os consumidores e os objetos de consumo (BAUMAN, 2008, p.19).

É importante considerar, no entanto, a significação desses símbolos que surgem a partir do consumo de roupas para as redes em questão, pois, é justamente o valor que cada rede dá a esses símbolos que faz com que as diferentes redes possam ser originar e se diferenciar entre si. A associação desses símbolos se mostra de extrema importância. Segundo Corrêa & Rosendahl (2003), os seres humanos fazem essa associação com os símbolos e significações desde os primórdios tempos. Os símbolos se fazem importantes para que atividades em comum sejam exercidas, para que práticas que variam desde vestimentas até gestos possam se disseminar em certo grupo, de forma que a associação possa se tornar possível a partir desses.

A atribuição de significados, inerente a cultura, orienta a ação (quer vista como simbólica ou utilitária) e resulta, desse modo, em expressões concretas como sistemas de crença, instituições sociais e bens materiais. Portanto, o caráter desses elementos da cultura deve ser amplamente inferido da base de características significativas da comunicação e simbolização- de fórmulas verbais a trajes e gestos-associadas a elas (CORRÊA & ROSENDAHL, 2003, p.29).

Os símbolos em questão são exemplificados nesta pesquisa, através das marcas de roupas usadas pelos clientes das respectivas boates, pois, a partir do consumo dessas roupas, as redes irão se formar e associar esses símbolos como uma forma de pertencimento a tal rede. Essa dinâmica entre as redes se faz presente de forma relevante na boate “Excess Club”, de modo com que os atores que não adotam o consumo de certa marca, acabam tornando-se excluídos de certa rede.

Pra ir pra Excess, eu me arrumo muito mais do que pra ir pra qualquer outro lugar. A Excess é onde todo mundo vai me ver, onde eu vou encontrar meus amigos, amigas, então, lógico que eu me arrumo muito mais. Até porque, todo mundo vai assim lá também, se eu não me vestisse de uma maneira mais arrumada, todo mundo iria reparar (ENTREVISTADO 2, 2016).

Em entrevista realizada com os vendedores das principais lojas de consumo apontadas pelos clientes da “Excess Club”, os vendedores destaca a importância da aparição do símbolo das marcas sendo uma das principais características de preferência dos clientes.

Os clientes gostam bastante de roupas em que o símbolo da marca apareça, tipo as roupas da Reserva, eles preferem a camisa em que o passarinho apareça, porque aí as pessoas vão saber que a blusa é daquela marca, que é cara. As mulheres gostam dos vestidos mais coladinhos, mais curtinhos, é o que geralmente sai mais aqui. (ENTREVISTADO 3, 2016)

O que os clientes costumam pedir, são as roupas mais descoladas, para sair para ir em baladas, em um churrasco dos amigos. Os clientes costumam preferir as roupas em que a marca apareça de forma mais chamativa também. As camisas da Polo vendem bastante por causa disso, eles gostam da marca, gostam de ter a marca aparecendo na camisa, além da estética de serem roupas mais arrumadas (ENTREVISTADO 4, 2016).

A relação dos clientes da boate “Excess club” com as lojas da cidade que vendem as marcas de roupas mais procuradas – Donna e Riviera –, se faz de maneira significativa e contínua. O consumo dessas certas marcas de roupas, tais como as principais identificadas Reserva, Polo e NYX, é uma das características dessa rede que se forma na “Excess Club”, de forma que, as pessoas que não tenham o mesmo estilo de roupas e façam consumo da mesma marca que o grupo, não participará do mesmo, pois, os atores integrantes dessa rede fazem uma associação a partir desse consumo de certas marcas de roupa anteriormente ao consumo do lazer noturno.

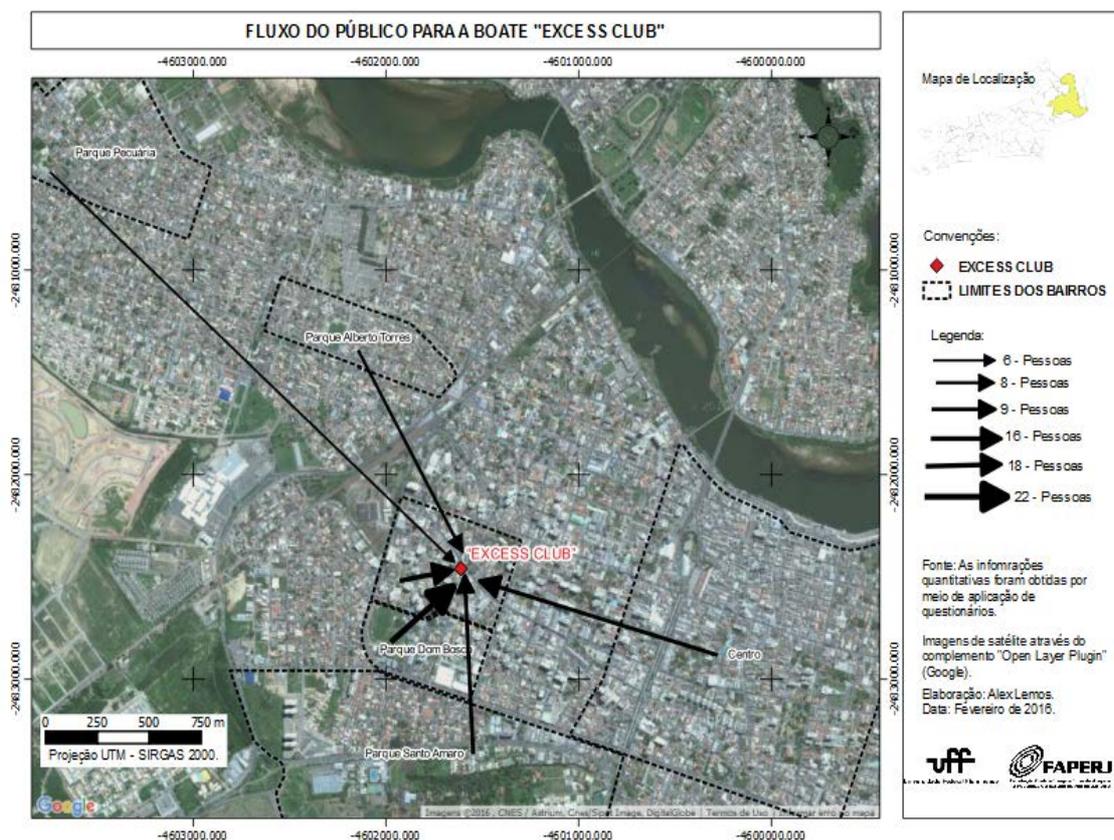
Em contraste as redes formadas na boate “Excess Club”, os atores que formam as redes no “Underground Pub”, não destacaram nenhuma loja ou marca relevante nos questionários aplicados. Ao contrário do que se é vivenciado na “Excess Club”, no “Underground Pub” os atores preferem justamente não se preocupar com a questão da roupa, sendo avessos ao que ocorre na “Excess Club” e indicam que é justamente esse motivo que faz o lugar ser preferência para seu público, ou seja, outra diferença entre as redes formadas nas respectivas casas de lazer noturno.

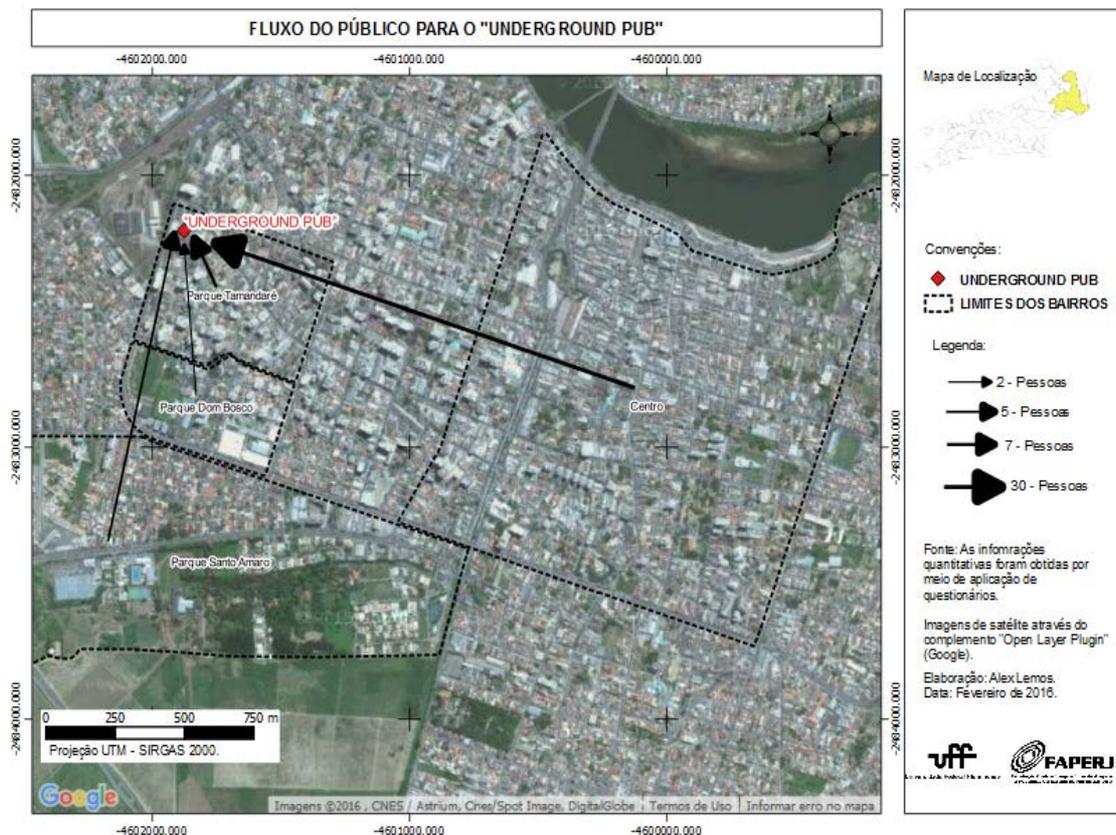
[...] se fosse essas baladinhas cheias de *playboys*... eu seria obrigada a vestir outra roupa né, se não, eles iam me olhar torto. Se na rua já é meio assim aqui em campos, imagina nesses lugares! Eles iam querer me expulsar se eu fosse vestida como vou ao Underground. E é até por isso mesmo que não vou, gosto de me sentir a vontade, sem ter a obrigação de colocar uma roupa específica, e eu posso ter isso no Underground, porque as pessoas que frequentam lá, também pensam assim, e aí, cada um vai do jeito que quer, do jeito que se sente a vontade. Pode ir de havaiana, de calça, bermuda, como você quiser, as pessoas não vão achar esquisito, não vão te julgar por isso (ENTREVISTADO 1, 2016).

Vale ressaltar que, a partir dos questionários aplicados em ambos locais de pesquisa, pode-se constatar o perfil socioeconômico dos clientes de ambas as casas de lazer noturno. A partir disso, pode-se concluir que enquanto a maioria dos clientes da “Excess Club”, tem o gasto por noite em cerca de mais de 200, os clientes do “Underground Pub” tem o seu consumo máximo em média de 50 reais por noite na boate. Esse fato, também explica a formação de diferentes redes contrastantes por uma característica concreta, que é o perfil socioeconômico de seus usuários.

Outro fator a ser considerado para a diferenciação das redes é a diferenciação do público por bairro residencial. Enquanto os questionários aplicados na boate “Excess Club” indicam que a maioria de seus clientes se localiza em bairros de áreas mais nobres da cidade de Campos dos Goytacazes, como por exemplo, Parque Dom Bosco e Parque Santo Amaro – ambos os bairros localizam-se nas proximidades do bairro da Pelinca, onde está localizada a “Excess Club- os clientes do “Underground Pub” se localizam em bairros considerados “universitários”, como por exemplo, no bairro do Centro da cidade, estando em sua minoria localizados nos mesmo bairros dos clientes da “Excess Club”, o que caracteriza uma diferenciação também, das redes por renda, ou seja,

enquanto uma boate teria um público mais “elitizado”, a outra alcançaria um público com um caráter mais despojado, o que também justifica o fato das redes que se formam na “Excess Club” consumirem em lojas de roupas de padrão mais elevado – e levarem em conta as marcas de roupas para frequentar o lugar- e os clientes do “Underground Pub” não consideram com tanto vigor esse aspecto do consumo de roupas, como ocorre na outra casa de lazer noturno.





## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir da análise e identificação das redes de ambas as casas de lazer noturno estudadas, pode-se notar que essas se constituem a partir de motivações e características diferentes, a partir de atores, isto é, grupos, também distintos. Essa distinção varia não tão somente a partir do consumo do lazer noturno, mas também parte da identificação e/ou aceitação desses grupos com as roupas e marcas que os proporcionam uma "identidade".

Diante disso, se pode assinalar duas "macro" redes contrastantes, que dão origem a diferentes territórios, tendo em vista que, são reflexos das ações desses atores. O território aqui tratado com um valor simbólico e associado ao consumo, se fazem múltiplos e rizomáticos, no sentido em que está inserido nas distintas dinâmicas da (des)territorialização dos diversos atores consumidores. A importância de entender quem são esses consumidores e qual as suas relações com ambas casas de lazer noturno se fizeram presente na análise como forma de entender a gênese desses múltiplos territórios.

Portanto, é a partir do consumo das roupas e do lazer noturno são alguns dos fenômenos pelas quais as redes entre os grupos se formam, conectam-se, dando origem aos territórios que, além de serem um meio de construir e afirmarem sua identidade para os próprios atores que

participam da dinâmica do grupo, o fazem também, com os que estão fora do mesmo, num sentido de delimitar e reafirmar esse território formado proveniente do consumo

## REFERÊNCIAS

- BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Lisboa: Edições 70, 1970;
- \_\_\_\_\_, **O sistema dos objetos**. 5ª ed. São Paulo: Perspectiva, 2008;
- CORRÊA, Roberto Lobato & ROSENDAHL, Zenir. **Introdução a Geografia Cultural**, 2003;
- CORRÊA, R. L. **A rede urbana**. Rio de Janeiro, Ática, 1990;
- DELEUZE, Gilles & GUATTARI, Félix. **Mil platôs: capitalismo e esquizofrenia**. Vol.I. São Paulo, Ed. 34. 2004;
- DELEUZE, Gilles & GUATTARI, Félix. **Mil platôs: capitalismo e esquizofrenia**. Vol.II São Paulo, Ed. 34. 2004;
- DELEUZE, Gilles & GUATTARI, Félix. **Mil platôs: capitalismo e esquizofrenia**. Vol.III São Paulo, Ed. 34. 2004;
- DELEUZE, Gilles & GUATTARI, Félix. **Mil platôs: capitalismo e esquizofrenia**. Vol.V. São Paulo, Ed. 34. 2004;
- HEASBERT, Rogério. **O mito da desterritorialização: do "fim dos territórios" a multi-territorialidade**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2008;
- LATOUR, Bruno. **Reassembling the Social: An introduction to Actor-Network Theory**, Oxford, 2005;
- LINDÓN, Alicia. **Figuras de la territorialidad en la periferia metropolitana: topofilias y topofobias**. En R. Reguillo & M. Godoy (Eds.), *Ciudades translocales: espacios, flujo y representación*, 2005;
- NETO, Nécio Turra. **Enterrado Vivo-Identidade Punk e Território em Londrina**, Editora Unesp, 2004;
- ZYGMUNT, Bauman. **Vida para Consumo - A Transformação das Pessoas em Mercadoria**, 2008.