

A DINÂMICA DO “ROLEZINHO” EM SÃO CARLOS

Maria Julia G. A. F. Lima¹, Marcos P. D. Lanna².

1. Estudante de IC do Departamento de Ciências Sociais da Universidade Federal de São Carlos – UFSCar; *majualeixo@yahoo.com.br

2. Pesquisador do Departamento de Ciências Sociais, UFSCar, São Carlos, SP.

Palavras Chave: Shoppings Centers, rolezinho, jovens.

Introdução

Os chamados “rolezinhos” ficaram nacionalmente conhecidos desde o fim de 2013, como um encontro de jovens nos shoppings de algumas das principais cidades brasileiras. Tais encontros são geralmente marcados via internet, por meio de redes sociais como o Facebook, atraindo centenas e até milhares de jovens aos shoppings nos fins de semana. Com o objetivo de se divertir, paquerar e encontrar amigos, esse jovens geralmente oriundos de bairros mais pobres e afastados do centro fizeram dos shoppings um lugar de encontro e curtição.

Diante de um contexto de escassos estudos sobre esse novo fenômeno, sobre o qual as principais informações e referências são obtidas quase que exclusivamente através dos meios de comunicações de massa, que divulgam informações de maneira simplista, parcial e sensacionalista, impedindo o acesso dessas minorias à visibilidade, este trabalho teve por objetivo lançar luz sobre a problemática dos “rolezinhos” enquanto um fenômeno urbano recente que ainda carece de pesquisas teóricas e etnográficas que visem sua efetiva compreensão.

Posto isto, tal pesquisa destinou-se a uma etnografia do Shopping Iguatemi de São Carlos (SP), visando compreender o novo fenômeno à luz de uma bibliografia na área de antropologia urbana, que contemplasse principalmente a temática dos shoppings centers, do consumo entre jovens, além da relação centro/periferia na cidade.

Resultados e Discussão

A metodologia consistiu em um trabalho etnográfico que acompanhou os eventos no Shopping Iguatemi de São Carlos (SP) que se sucederam todos os sábados a partir das 19 horas, além de uma posterior revisão bibliográfica acerca das temáticas suscitadas pela etnografia.

A temática dos Shoppings Centers apoiou-se principalmente em Teresa Caldeira e Heitor Frúgoli. Em “Cidade de muros: crimes, segregação e cidadania em São Paulo” Caldeira lança mão do que denomina de “enclaves fortificados” que segundo a autora constitui uma nova maneira de organizar a segregação. Esses “enclaves fortificados” que incluem além de shoppings centers, condomínios e centros de lazer, partilham de características comuns como: são propriedades privadas pra uso coletivo e tendem a ser ambientes socialmente homogêneos, controlados por guardas armados e sistemas de segurança, que impõem as regras de exclusão e inclusão, cultivando um relacionamento de negação e ruptura com o resto da cidade. No que diz respeito à etnografia realizada no Shopping Iguatemi de São Carlos, a proibição da entrada de alguns jovens no local confirma a noção do “enclave fortificado” enquanto espaço fechado, privado e monitorado, que é justificado

pelo medo da violência e da insegurança que esses jovens transmitem.

No que concerne à temática consumo, notou-se que esses jovens oriundos de bairros mais pobres e afastados do centro fazem do Shopping um espaço de sociabilidade e lazer sem associá-lo, no entanto ao consumo. Para esses jovens o local exímio de consumo é o centro da cidade, onde os produtos são encontrados a preços mais acessíveis. Tal questão foi devidamente trabalhada em Rosana Pinheiro Machado que discute em conjunto com Débora Krisghke Leitão a pirataria e cópia de produtos de luxo no Brasil.

Além disso, outras temáticas foram devidamente desenvolvidas ao longo da pesquisa, como a insuficiência do molde centro/periferia para descrever os atuais padrões de segregação da cidade.

Conclusões

Ao dar voz de maneira até então inédita aos protagonistas dos chamados “rolezinhos” surge uma nova perspectiva acerca do movimento que revela a dinâmica interna desses grupos, que em muito pouco se assemelha às inúmeras informações disponíveis na imprensa em geral, que apresenta esses jovens como desordeiros e fomentadores de arrastões e violência. O discurso midiático forma a opinião pública, e convence até mesmo esses jovens, que passam a evitar o termo “rolezinho” que adquiriu um tom pejorativo, sendo comumente associado ao vandalismo e algazarra.

A pesquisa além de contribuir para os estudos na área de antropologia urbana incita novas pesquisas sobre a temática no meio acadêmico devido a outras inúmeras questões levantadas durante a pesquisa, mas que infelizmente não puderam ser devidamente trabalhadas. Isso possibilitará novas discussões teóricas acerca de temas como mídias sociais, indumentária, relações de gênero, entre outros.

Agradecimentos

Ao meu orientador Marcos Lanna pela paciência, dedicação e assistência; a todos os jovens sem os quais não seria possível esse trabalho e a CNPQ pelo financiamento.

CALDEIRA, Teresa P. do Rio. *Cidade de muros*. Crime, segregação e cidadania em São Paulo, São Paulo: Editora 34/Edusp, 2000.

FRÚGOLI, Heitor; PINTAUDI, Silvana. *Shoppings Centers: espaço, cultura e modernidade nas cidades brasileiras*. São Paulo: Editora Unesp, 1992.

NOGUEIRA DE OLIVEIRA LIMA, Diana; KRISCHKE LEITÃO, Débora; PINHEIRO-MACHADO, Rosana; *Antropologia e consumo – diálogos entre Brasil e Argentina*. Porto Alegre: AGE, 2006.

