



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO  
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM SOCIOLOGIA

Nido Farias dos Santos

**Diversão e lutas por valor humano:** os circuitos periféricos de som automotivo em cidades alagoanas

Recife

2022



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO  
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM SOCIOLOGIA

Nido Farias dos Santos

**Diversão e lutas por valor humano:** os circuitos periféricos de som automotivo em cidades alagoanas

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Sociologia da Universidade Federal de Pernambuco, como requisito parcial para obtenção do título de doutor em Sociologia. Área de concentração: Mudança Social

Orientador: Prof. Dr. Paulo Marcondes Ferreira Soares

Coorientador: Prof. Dr. Manoel Sotero Caio Netto

Recife

2022

Catálogo na fonte  
Bibliotecária Valdicéa Alves Silva, CRB4-1260

S237d Santos, Nido Farias dos.  
Diversão e lutas por valor humano: os circuitos periféricos de som automotivo em cidades alagoanas / Nido Farias dos Santos. - 2022  
349f.; 30 cm.

Orientador: Prof. Dr. Paulo Marcondes Ferreira Soares.  
Tese (Doutorado) - Universidade Federal de Pernambuco, CFCH.  
Programa de Pós-graduação em Sociologia, Recife, 2022.  
Inclui referências e anexos.

1. Sociologia. 2. Música - Acústica e física. 3. Bincadeira. 4. Rebelião – Confrontação. 4. Usos e costumes. 5. Direitos e lutas sociais. I. Soares, Paulo Marcondes Ferreira (Orientador). II. Título.

301 CDD (22. ed.)

UFPE (BCFCH2020-089)

NIDO FARIAS DOS SANTOS

DIVERSÃO E LUTAS POR VALOR HUMANO: os circuitos periféricos de som automotivo  
em cidades alagoanas

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Sociologia da Universidade Federal de Pernambuco, como requisito parcial para a obtenção do título de Doutor em Sociologia.

Aprovada em: 17/02/2022.

**BANCA EXAMINADORA**

*Participação via videoconferência*

---

Prof. Dr. Paulo Marcondes Ferreira Soares (Presidente/Orientador)  
Universidade Federal de Pernambuco

*Participação via videoconferência*

---

Profa. Dra. Maria Eduarda da Mota Rocha (Examinadora Interna)  
Universidade Federal de Pernambuco

*Participação via videoconferência*

---

Prof. Dr. Josimar Jorge Ventura de Moraes (Examinador Interno)  
Universidade Federal de Pernambuco

*Participação via videoconferência*

---

Prof. Dr. Fernando de Jesus Rodrigues (Examinador Externo)  
Universidade Federal de Alagoas

*Participação via videoconferência*

---

Profa. Dra. Paula Manuella Silva de Santana (Examinadora Externa)  
Universidade Federal Rural de Pernambuco

## AGRADECIMENTOS

Agradeço à minha esposa, Jarde, pelo companheirismo e paciência ao longo deste trabalho, indispensáveis à sua realização. Sem esse apoio, dificilmente sua conclusão seria possível. Além disso, ela esteve comigo em algumas fases do campo e, nele, fez observações muito caras, me tirando de alguns apuros. Minha mãe, Dona Arlete, é quem esteve por trás de todo esse projeto de formação ao longo da vida. Por isso, é motivo especial de agradecimento. A meu pai, Seu Barbosa, devo-lhe o suporte ao longo de todos esses anos de estudos. Também aos meus irmãos, Fabrício e Amanda, que sempre contribuíram para um ambiente intelectualmente estimulante desde muito cedo.

À Juliana Trevas, de quem me tornei amigo para além do doutorado, ofereço minha gratidão pelas observações, discussões e conversas valiosas. Elas contribuíram muito para que o trabalho tomasse essa forma, além, claro, da sua amizade. Isso também devo à Clarissa Trevas, amiga muito solícita em me socorrer quando precisei. Ao meu cunhado, Fábio, minha gratidão pelo apoio e companhia. Quando se trata de contribuição à realização do trabalho, direta e indiretamente, uma grande rede de pessoas foram importantes, amigos, conhecidos, primas, Beatriz e Letícia, colegas de trabalho.

Entre eles estão meus interlocutores diretos do campo, que deram um pouco de seu precioso tempo para conversar, presencialmente ou por meio de aplicativo de mensagens. Também o Gruppapes, Grupo de Pesquisa Periferias, Afetos e Economias das Simbolizações, da Ufal, em Maceió, que promoveu boas discussões, críticas e sugestões, sempre um abrigo intelectual seguro e estimulante. Seu Coordenador, Fernando Rodrigues, esteve desde o início da minha formação incentivando o desenvolvimento das questões que deram origem a esse trabalho. O Grupo Macondo, da UFRPE de Serra Talhada, coordenado pelos Professores Manoel Caio e Paula Santana, da mesma forma realizou críticas e sugestões muito caras.

Agradeço aos meus orientadores, Prof. Paulo Marcondes e Prof. Manoel Caio, pelas conversas agradáveis, observações inteligentes, sugestões e críticas que guiaram as questões desenvolvidas ao longo da pesquisa. Sua leitura atenta e cuidadosa sempre rendeu bons diálogos e ideias, tornando o trabalho solitário de escrita menos penoso. Quanto a isso, agradeço ao CNPq pelo financiamento desta pesquisa, sem o qual a tornaria absolutamente inviável. Por

fim, é motivo de agradecimento Professoras e Professores do PPGS-UFPE, com quem tive a oportunidade de estudar e dialogar sobre meus interesses ao longo das muitas fases que acompanharam essa formação. Nesse sentido, também meus colegas de turma e outros estudantes do PPGS foram importantes.

## RESUMO

Este trabalho busca compreender que dinâmicas sociais estão na base das tensões que rodeiam o som automotivo como práticas de diversão em cidades alagoanas. Ele marca uma continuidade com minha pesquisa de mestrado. O problema que as liga é que conflitos motivados pela perturbação sonora em bairros residenciais surgiram em interdependência com circuitos interurbanos de encontros, competições e festas de som automotivo em periferias, entre eles os populares paredões de som. Trato, assim, alguns desses espaços como ponto de partida privilegiado para reconstruir aspectos da figuração das cidades alagoanas que tornou o som automotivo uma “questão de ordem”. Lanço mão, para tanto, de um empreendimento multimetodológico, principalmente histórico-etnográfico, sobre espaços de competições e festas em várias cidades alagoanas, expandindo as cartografias dos amantes de som para as redes sociais. Também me serviram matérias da mídia jornalística eletrônica, sujeitas a um tratamento discursivo, cuja finalidade foi definir o entrelaçamento de redes de estigmatização, controle e repressão às práticas do som automotivo ao longo do tempo no estado. O argumento central que pretendo desenvolver é que na raiz dos conflitos urbanos, muito além da “questão de polícia”, estão lutas simbólicas internas entre *amantes* de som e destes com outros setores sociais que integram tal rede. Por um lado, as lutas giram em torno da construção de uma imagem de superioridade econômica e masculina, que se traduz em um estilo de vida festeiro por frações do empresariado urbano de serviços e de seu choque com ideais de outros atores coletivos. Por outro, dão forma a canais de busca por valor humano usados por atores de periferias, o que coloca pequenos proprietários ou instaladores de som em busca de reconhecimento por qualidades sentidas como únicas, trazendo uma discussão necessária sobre a individualização nas classes populares.

**Palavras-chave:** som automotivo; diversão; conflito; estilo de vida; lutas simbólicas.

## ABSTRACT

This work seeks to understand what social dynamics are at the base of the tensions that surround the automotive sound as entertainment practices in Alagoas cities. It marks a continuity with my master's research. The problem that links them is that conflicts motivated by noise disturbance in residential neighborhoods emerged in interdependence with intercity circuits of meetings, competitions and car sound parties in the periphery, among them the popular sound walls. Thus, I treat some of these spaces as a privileged starting point to reconstruct aspects of the figuration of Alagoas cities that made the automotive sound a “issue of order”. To this end, I use a multi-methodological project, mainly historical-ethnographic, on spaces for competitions and parties in several cities in Alagoas, expanding the cartographies of sound lovers to social networks. I also received articles from the electronic journalistic media, subject to a discursive treatment, whose purpose was to define the intertwining of networks of stigmatization, control and repression of automotive sound practices over time in the state. The central argument that I intend to develop is that at the root of urban conflicts, far beyond the “police issue”, are internal symbolic struggles between lovers of sound and between these and other social sectors that make up such a network. On the one hand, the struggles revolve around the construction of an image of economic and masculine superiority, which translates into a party lifestyle by fractions of the urban service business and its clash with the ideals of other collective actors. On the other hand, they shape channels of search for human value used by actors from the periphery, which puts small landowners or sound installers in search of recognition for qualities felt as unique, bringing a necessary discussion about individualization in the popular classes.

**Keywords:** automotive sound; fun; conflict; lifestyle; symbolic struggles

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Buick de Richard Clarke.....	43
Figura 2 - Painel do Buick mirando o console.....	43
Figura 3 - Painel do Buick orbitado por 4 alto-falantes em cada extremidade.....	43
Figura 4 - Número 44 da revista <i>Áudio</i> .....	46
Figura 5 – Em seu primeiro número, a Audio Car trazia como matéria de capa Carlos Maraviglia, tetracampeão do torneio IASCA.....	46
Figura 6 - Sistema de porta-malas com iluminação.....	51
Figura 7 - Paredão Chapolin.....	53
Figura 8 - Paredão Carreta Moça Flor exibindo-se em Arapiraca/AL em registro publicado no Youtube.....	53
Figura 9 - O som “inegociável” de Júnior.....	64
Figura 10 - Júnior, do lado esquerdo, em frente ao seu carro e som.....	64
Figura 11 - Pizzaria do Irmão, recém pintada com o informe da proibição.....	70
Figura 12 - Bar do Deda, também na parte alta da cidade.....	71
Figura 13 - O som de Amilton em uma festa na piscina.....	73
Figura 14 - Som e carro <i>rebaixado</i> de Amilton.....	74
Figura 15 - Estrutura do Arapiraca Show Car.....	85
Figura 16 - Arapiraca Show Car.....	86
Figura 17 - Casal distinto chegando no evento.....	88
Figura 18 - Grupo de motoqueiros observando manobras.....	89
Figura 19 - Pequeno grupo bebendo e ouvindo paredões.....	90
Figura 20 - Plateia começando a se formar na frente de alguns paredões.....	90
Figura 21 - Grupo de homens contemplando paredões.....	92
Figura 22 - Garotas dançando sozinhas para a câmera.....	94
Figura 23 - Grupo de mulheres sozinhas dançando.....	94
Figura 24 - Início do racha de som.....	96
Figura 25 - Plateia espremida entre dois paredões.....	97
Figura 26 - Lua Carvalho sensualiza, retirando o robe.....	100
Figura 27 - As mulheres da plateia invadem o espaço da apresentação.....	100

Figura 28 - Anoitece e os paredões iluminam o estacionamento.....	101
Figura 29 - O racha tomou conta.....	102
Figura 30 - Imagem promocional enviada a mim por Henrique, Diretor da <i>Leões de Aço</i> ....	134
Figura 31 - Jovens à beira da piscina iluminada, enquanto o restante do público chegava....	136
Figura 32 - Vista da porta do evento, logo após entrar no clube.....	137
Figura 33 - Equipe <i>Leões de aço</i> reunida para a foto enquanto reabasteciam os copos.....	138
Figura 34 - Rua principal da praia da Sereia.....	147
Figura 35 - Do lado direito, o hotel Atlântico. À sua frente, os restaurantes populares.....	148
Figura 36 - Enquanto toca o modesto som de mala, os banhistas embalam a conversa.....	150
Figura 37 - Som de mala projetado para dentro do bar no momento em que fui embora.....	153
Figura 38 - Imagem reproduzida da capa do grupo Som Automotivo do Facebook.....	202
Figura 39 - Imagem reproduzida da capa do grupo SAA - Som Automotivo Alagoas do Facebook.....	209
Figura 40 - Imagem reproduzida da seção Discussion do grupo SAA - Som Automotivo Alagoas do Facebook.....	211
Figura 41 - Imagem reproduzida da seção Recommendations do grupo SAA - Som Automotivo Alagoas do Facebook.....	212
Figura 42 - “Som Automotivo não é crime vão prender ladrão! Eu apoio”.....	215
Figura 43 - “Som automotivo é hobby. Não é crime! E eu amo”.....	218
Figura 44 - Paredão Invulgar.....	225
Figura 45 - Paredão da Veinha, do blogueiro do som automotivo alagoano Isaac Newton...226	
Figura 46 - Brasit em matéria para a emissora Gazeta de Alagoas.....	231
Figura 47 - Brasit candidato à câmara de vereadores de Maceió.....	232
Figura 48 - Divulgação da candidatura e das propostas de Brasit.....	233
Figura 49 - O emparelhamento de sons de mala no Arapiraca Show Car.....	252
Figura 50 - As paredinhas conjugadas por Júnior Bebidas.....	253
Figura 51 - Arapiraca Show Car, janeiro de 2020. Atrás do paredão, as várias baterias que alimentam os módulos amplificadores dentro do rack.....	266
Figura 52 - Arapiraca Show Car, janeiro de 2020. Visão de três de um paredão com a tampa do rack de alimentação e módulos aberta.....	266
Figura 53 - Festa de paredão na piscina.....	273
Figura 54 - Meme Lisos 1.....	275

Figura 55 - Meme Lisos 2.....	275
Figura 56 - Meme Lisos 3.....	276
Figura 57 - Meme Lisos 4.....	276

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b>	<b>15</b>
<b>2</b>	<b>QUESTÕES E CONCEITOS</b>	<b>26</b>
<b>3</b>	<b>DE CIRCUITOS RESTRITOS ÀS PERIFERIAS ALAGOANAS: DIMENSÕES HISTÓRICAS E SOCIAIS DO SOM AUTOMOTIVO</b>	<b>36</b>
3.1	UM MUNDO PARTICULAR	36
3.2	“FALANDO GREGO”: DO SQ AO SPL-TRIO	40
3.3	CLASSE, PAIXÃO E ESTILO DE VIDA	56
3.4	FESTA, CACHAÇA E GAIA	65
3.5	ESPETÁCULOS POPULARES	75
3.6	DA “PLAYBOYZADA” À PERIFERIA	79
3.7	VISÃO GERAL DE UM ENCONTRO DE SOM AUTOMOTIVO: O ARAPIRACA SHOW CAR	84
3.8	RACHA DE SOM	95
3.9	LAVA CAR SEXY: LUA CARVALHO E AS MENINAS DO PÚBLICO	97
<b>4</b>	<b>CIRCUITOS DE SOM AUTOMOTIVO, TENSÕES E LEGITIMIDADE NAS PERIFERIAS</b>	<b>104</b>
4.1	NOTAS METODOLÓGICAS: SEGUINDO A TRILHA DA PAIXÃO	104
4.2	O BOOM DO SOM AUTOMOTIVO E A EMERGÊNCIA DE UM CIRCUITO ALAGOANO DE ENCONTROS E COMPETIÇÕES	109
4.3	PERIFERIZAÇÃO E MUDANÇAS NAS BALANÇAS DE PODER ENTRE CAPITAL E INTERIOR	114
4.4	SOM AUTOMOTIVO E PERIFERIZAÇÃO URBANA: UMA CENA DO INTERIOR	119

4.5	EQUIPES DE SOM AUTOMOTIVO: AÇÕES DIURNAS, DIVERSÕES NOTURNAS	125
4.6	UMA FESTA DE EQUIPES: ELITES DA DIVERSÃO E OS ASES DA DANÇA	132
4.7	PRAIA DA SEREIA: UM LUGAR MÁGICO?	142
4.8	ILHAS DE SOM: CIRCUITOS PERIFÉRICOS COMO EQUILÍBRIOS DE PODER NA CIDADE	146
5	<b>UMA QUESTÃO DE ORDEM: MAL-ESTAR SOCIAL E PERIFERIZAÇÃO DO SOM AUTOMOTIVO</b>	155
5.1	O QUE FAZER COM RESPOSTAS NUNCA PERGUNTADAS	155
5.2	UMA PARADA PARA LER JORNAIS	157
5.3	SOM AUTOMOTIVO: UMA QUESTÃO DE ORDEM?	161
5.4	MAL-EDUCADOS, INFRATORES, CRIMINOSOS, ATRASADOS...	165
5.4.1	<b>Perturbação do sossego e mudança discursiva: extravagantes e infratores</b>	166
5.4.2	<b>Paredão, festa, descontrole e disciplinamento no interior de Alagoas</b>	178
5.5	PARAÍSO PERDIDO: SÃO MIGUEL DOS MILAGRES	189
6	<b>PAIXÃO, CLASSE E MASCULINIDADE NAS LUTAS DE AMANTES DE SOM AUTOMOTIVO POR SUPERIORIDADE SOCIAL</b>	202
6.1	GRUPOS DE FACEBOOK: DA INTEGRAÇÃO SIMBÓLICA À MANIFESTAÇÃO POLÍTICA	202
6.2	SOM AUTOMOTIVO NÃO É CRIME, É HOBBY E EU AMO!	214
6.3	HOBBY E PAIXÃO COMO FORMAS DE DIGNIFICAÇÃO SOCIAL	220

6.4	ENTRE A PAIXÃO E A NECESSIDADE, A POLÍTICA	230
6.5	INFLUENTES, ENDINHEIRADOS, EDUCADOS E EXCLUSIVOS	244
6.6	QUEM TEM MAIS SOM CHORA MENOS	250
6.7	SOM AUTOMOTIVO ENTRE FRONTEIRAS	259
<b>7</b>	<b>LISOS E APAIXONADOS: INDIVIDUALIZAÇÃO DE SUJEITOS PERIFÉRICOS E LUTAS POR VALOR HUMANO</b>	<b>269</b>
7.1	LISOS, LASCADOS E ENDIVIDADOS, MAS APAIXONADOS PELO SOM AUTOMOTIVO	269
7.2	TRAJETÓRIAS E RAZÕES	280
7.3	“O SOM TÁ NO SANGUE”	283
<b>7.3.1</b>	<b>Reconstruindo o mundo</b>	<b>286</b>
<b>7.3.2</b>	<b>Equalizando frequências</b>	<b>289</b>
<b>7.3.3</b>	<b>Retornando à fazenda, nunca como antes</b>	<b>292</b>
7.4	INDIVÍDUO E MODERNIZAÇÃO NAS PERIFERIAS: UM QUADRO INTERPRETATIVO	293
7.5	UM ROQUEIRO GUARDADO PARA OS ÍNTIMOS	297
7.6	UM ESPÍRITO INVENTOR NÃO RECONHECIDO	303
7.7	UMA LUTA ENTRE MESTRES	310
<b>8</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	<b>320</b>
	<b>REFERÊNCIAS</b>	<b>327</b>
	<b>ANEXO A - TABELA 1</b>	<b>341</b>
	<b>ANEXO B - TABELA 2</b>	<b>342</b>
	<b>ANEXO C - DISTRIBUIÇÃO DE NOTÍCIAS POR CLASSE</b>	<b>343</b>

<b>ANEXO D - MATÉRIA DA MÍDIA JORNALÍSTICA ELETRÔNICA 1</b>	<b>345</b>
<b>ANEXO E - MATÉRIA DA MÍDIA JORNALÍSTICA ELETRÔNICA 2</b>	<b>346</b>
<b>ANEXO F - MATÉRIA DA MÍDIA JORNALÍSTICA ELETRÔNICA 3</b>	<b>347</b>
<b>ANEXO G - MATÉRIA DA MÍDIA JORNALÍSTICA ELETRÔNICA 4</b>	<b>348</b>
<b>ANEXO H - MATÉRIA DA MÍDIA JORNALÍSTICA ELETRÔNICA 5</b>	<b>349</b>

## 1 INTRODUÇÃO

A Secretaria de Segurança Pública está reiniciando o combate acirrado a perturbação do sossego alheio. O secretário da pasta, em exercício, Manoel Acácio Júnior, é categórico.

‘O combate à perturbação do sossego vai continuar, sendo realizadas operações integradas em locais onde sejam orquestradas essas práticas ilícitas’, ressalta o secretário Acácio.

[...]

Os paredões estarão, novamente, na mira da polícia. Esse é o recado da SSP e também dos comandantes das duas unidades operacionais que recomeçaram o combate neste domingo (ALAGOAS24HORAS, 2017).

Em 2017, esse era o registro a partir do qual a Secretaria de Segurança Pública de Alagoas e setores da mídia jornalística percebiam um tipo bastante popular de som automotivo. Como a matéria mesmo indica, não era a primeira vez, e não seria a última, que operações de forças policiais na capital e no interior coibiriam encontros e festas de paredões de som, equipamentos sonoros que, conforme seu nome mesmo denuncia, não tinham como virtude exatamente a discricção.

Esses aparelhos gigantes, que buscarei descrever melhor mais adiante, haviam conquistado espaço em periferias de cidades alagoanas, especialmente, atraindo público de maioria jovem em torno de uma linguagem de competição sonora e diversão dançante. Da capital ao interior, do norte ao sul, do Agreste ao Sertão, encontros entre aficionados onde se faziam *rachas de som*<sup>1</sup> e festas montaram-se ao seu redor. Por isso, eles atraíram também para si o título de inimigo público número 1 do sossego.

A exemplo de outros lugares do Nordeste, surgiram no âmbito do estado e dos municípios alagoanos, ao longo dos últimos 10 anos, uma série de leis e outros dispositivos de regulamentação, controle e repressão do som automotivo impulsionados por conflitos em áreas

---

<sup>1</sup> Disputas de pressão sonora, ou volume.

residenciais urbanas e turísticas. Eles partiam do Governo do Estado, da Assembleia Legislativa, de prefeituras, do Ministério Público e de alguns jornais<sup>2</sup> com o intuito atender a reivindicações de diferentes atores que se sentiam desrespeitados, para não dizer *infernizados*, pelas performances dos aparelhos. Na base dessas contendidas estavam vizinhanças, redes hoteleiras, restaurantes e igrejas situadas em periferias da capital e do interior, ou em cruzamentos entre diferentes paisagens urbanas, que antagonizavam os encontros de paredes e sua atmosfera superlativa de diversão sonora.

Sob o signo da perturbação, da baixaza cultural e mesmo do crime, foi construída para o som automotivo, através desses dispositivos, uma imagem pública parecida com a do funk carioca entre os anos 1990 e 2000, digo, a de um objeto de anátema social e cultural (SILVA, 2014; TROTTA, 2014). Entretanto, diferente do funk, que já possui trabalho clássico e muitas pesquisas em seu nome (VIANNA, 1990; SILVA, 2014; TROTTA, 2014; 2016; 2018; PIMENTEL, 2016; MIZRAHI, 2018), o interesse das Ciências Sociais em aprofundar seu universo, ainda mais sob o ângulo das tensões e conflitos gerados nas cidades Nordestinas, foi escasso e, quando existente, bastante tímido (COSTA, 2014; HEBENBROCK, 2012; TROTTA, 2012; PINHO, 2016). Isso deixou o espaço de compreensão e discussão da questão entregue a discursos surgidos na trama dos conflitos entre atores com acesso muito desigual a recursos de poder. Uma situação em que, muito facilmente, a conquista dos fatos encontra-se seriamente impedida pelo engajamento das partes a ideais fortemente tensionados (ELIAS, 2000) por aspectos da cultura e das sociabilidades do som automotivo.

Assim sendo, em primeiro lugar, este trabalho resulta de um esforço para compreender a origem e, o que é mais importante, as lógicas de produção dessas tensões socioespaciais em cidades alagoanas, junto da emergência e da manutenção dos aparelhos de controle social montados sobre as práticas de diversão que passaram a orbitar o som automotivo, especialmente na forma dos paredões. O desafio premente ao qual procurei dar resposta foi o de estabelecer um modo de compreensão mais distanciado e adequado de aspectos importantes da cultura e das sociabilidades que o constituem; do processo por meio do qual se tornou uma espécie de

---

<sup>2</sup> Não irei logo aqui referenciar esses mecanismos, porque o trabalho foi feito em diálogo mais estreito com eles.

inimigo público; e, sobretudo, das dinâmicas sociais que estão na base das tensões que se desenvolveram a partir dos circuitos periféricos de som automotivo surgidos no estado.

Com esse interesse de conhecimento, esta tese marca uma continuidade com o esforço inicial da pesquisa que realizei para a dissertação (SANTOS, 2016), o qual referencio mais de uma vez ao longo do texto. A partir de uma estratégia etnográfica, nela investiguei tensões sociais nas periferias de São Miguel dos Campos<sup>3</sup>, cidade do interior de Alagoas, geradas a partir da emergência de práticas de lazer que se desenvolveram em torno de diversos tipos de equipamentos sonoros potentes.

No ano de 2013, os paredões já eram objeto de intenso mal-estar coletivo naquela cidade. Após sua difusão em setores médios do empresariado de serviços no final da primeira década dos anos 2000, eles se alçaram ao status de problema de ordem pública a partir de tensões sociais difusas geradas em áreas urbanas residenciais. As práticas de diversão sonora se tornaram matéria de conflitos sociais recorrentes entre participantes de festas e moradores das ruas, avançando de contextos vicinais contenciosos para o plano societário do poder municipal e dos aparelhos de polícia e justiça (ALAGOASWEB, 2013). A figura dos paredões protagonizava, com isso, a emergência de mecanismos difusos de controle social sobre práticas de lazer, demarcando transformações mais profundas na sua organização socioespacial.

O alcance dos paredões como modelo de técnica e expressão se estendeu às camadas populares, fazendo parte das aspirações de jovens homens das periferias construir ou comprar sistemas de som com dimensões superlativas, embora em condições econômicas desprivilegiadas. O clamor dos moradores dessas áreas residenciais populares por descanso, onde as tensões sociais se acirraram como em nenhuma outra, estava na base da produção de notícias nas seções policiais sobre o tema da perturbação pública causada pelo som alto: “Briga

---

<sup>3</sup> São Miguel dos Campos se localiza no leste do estado de Alagoas, 60 km ao sul da capital, Maceió, na região da mata, 12 m acima do nível do mar. Possui uma população estimada para 2014 de 59.830 habitantes, dos quais 96% estão concentrados na zona urbana. Sua economia é fortemente marcada pela presença de indústrias dos setores mineral, energético e sucroalcooleiro. Tem um comércio bastante diversificado, referência para cidades circunvizinhas. Na agricultura, a cana-de-açúcar é o principal produto, seguido por outras culturas de menor expressividade. Fonte: <<http://cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?codmun=270860>><<http://www.escritoresalagoanos.com.br/texto/5645>>

por conta de som alto acaba em morte na madrugada de réveillon em São Miguel dos Campos” (ALAGOASWEB, 2012).

Visto sob uma perspectiva processual, esse aspecto conflituoso da presença do som nos bairros populares de São Miguel dos Campos evidenciou transformações mais amplas no tecido das redes socioespaciais que promoviam o lazer popular no passado recente da cidade, deteriorando antigas estruturas comunitárias que organizavam o divertimento coletivo. De outro modo, o processo de urbanização ocorrido nos últimos 30 anos, capitaneado por intensas migrações no sentido campo-cidade (CASTRO, 1991; SANTOS, 2007), deu forma a agrupamentos frouxamente enlaçados pela comunhão do espaço. Somadas à integração precária das classes populares a mercados de bens culturais, as lógicas de lazer organizadas a partir de solidariedades comunitárias converteram-se mais decisivamente em lógicas de reprodução de estilos de vida urbanos, tornando a satisfação das carências por lazer mais dependentes de trocas monetárias e do acesso a mercados culturais (FARIAS, 2005; 2010; RODRIGUES, 2008; 2014; 2017).

A obsessão de aficionados por som para quem a vida festeira contornava parte importante de suas autoimagens, mais dependentes de iniciativas pessoais através de mercados culturais do que no passado, tornou-se uma das formas por meio das quais se oportunizava diversão entre famílias, amigos, ruas e vizinhanças, gerando tensões e conflitos entre grupos estranhados. Um exemplo disso era a contenda que procurei ilustrar entre donos de sons, antigos moradores e evangélicos.

O problema que liga tais fatos ao propósito deste trabalho é que as práticas de diversão sonora instaladas nas periferias miguelenses haviam surgido em interdependência com circuitos de encontros, competições e festas de som automotivo que cruzavam a cidade, algo que ficou por ser explorado na época. As exposições de paredões e a circulação de novos processos de montagem de som entre redes de *amantes* das periferias facilitaram a sedimentação de uma cultura da potência sonora.

Esses circuitos eram um conjunto de espaços desenhados pelos trajetos de *amantes* de som automotivo que percorriam bairros da periferia e cidades praianas próximas em busca de “áreas livres” para tocar. Além disso, nos últimos dez anos, o aumento do número de interessados em montá-los em todo o estado foi acompanhado pelo crescimento de um mercado

de eventos, estendendo sociabilidades até pouco tempo restritas para públicos mais amplos interessados em se divertir sob uma ambiência de superlativização sonora.

Em muitos desses encontros, as práticas se organizam em torno de competições semiprofissionais de *rachas*, reunindo *amantes* de várias localidades. Os eventos, protagonizados por uma elite de proprietários, conquistaram lugar na capital e em cidades do interior, somando-se a outros espaços de diversão formados por práticas de produção, consumo e fruição de som automotivo. Eles constituem, juntos, circuitos interurbanos mais ou menos integrados de sociabilidades em torno de paredões e outros tipos de som.

Considero essa rede de espaços um objeto de compreensão necessário ao problema colocado mais acima, desde que sua emergência, forma e alcance em Alagoas encontram paralelo nos conflitos e nas ações de controle e repressão. Em termos metodológicos, trato alguns desses trajetos e espaços como um ponto de partida privilegiado para reconstruir aspectos da figuração das cidades alagoanas que tornou o som automotivo uma “questão de ordem”. Vejo-os como uma oportunidade de remontar, sem qualquer ambição totalizadora, parte da cadeia de atos humanos entrelaçados nos últimos 30 anos, pelo menos, que moldaram as práticas de diversão em relação a tradições de som automotivo existentes, à emergência do novo público das periferias, aos ofendidos e a figuras de autoridade. Sendo assim, o olhar que tento lançar sobre eles é, antes de tudo, processual e relacional (ELIAS, 1994; 2000; BOURDIEU, 2006; LAHIRE, 2002; KAUFFMAN, 2003), mantendo uma promiscuidade teórica saudável.

A pesquisa é uma retomada do empreendimento etnográfico inicial de São Miguel dos Campos<sup>4</sup> lançado dessa vez, entre os anos de 2018 e 2020, sobre espaços de competições e festas em outras cidades alagoanas. Ele envolveu a descrição de lugares, eventos e acontecimentos de que participei, entrevistas em diferentes níveis de formalidade com alguns proprietários de sons, donos de lojas, organizadores de eventos, instaladores e parte do público. Alimentado por esses encontros, e, em outra mão, os alimentando após cada visita aos espaços de diversão, segui percursos que eram parte dos mapas compartilhados entre *amantes* nas e entre cidades.

---

<sup>4</sup> Nesse sentido, uma continuidade empírica também.

Maceió, Marechal Deodoro e Arapiraca, indo do litoral ao Agreste, foram as que eu efetivamente visitei. A pandemia da Covid19, iniciada em março de 2020, desfez calendários de encontros, colocou competições e festas nas sombras da clandestinidade, ainda mais sob a mira das fiscalizações. Ela impôs sérios desafios materiais, sanitários e éticos, como já conhecemos. Sem ela, o desenho de eventos e cidades que eu visitaria seria muito menos modesto. 2020 prometia, no mínimo, 4 grandes eventos em diferentes cidades e a oportunidade de costurar mais espaços interurbanos. A cartografia dos *amantes*, porém, não estava restrita apenas a espaços físicos. Felizmente.

Parte essencial à compreensão das dinâmicas do som automotivo e mesmo dos conflitos estava nas redes sociais, em espaços de trocas de peças, divulgação de eventos, fóruns virtuais e páginas de tutoriais de projeção e instalação de sons. Essas trocas na internet, na verdade, se confundiam com a própria história dos circuitos de encontros e festas em Alagoas. A partir delas, procurei contornar seu desenho nos últimos 20 anos com linhas fracas e descontínuas, mas inteligíveis, acredito. Da mesma forma me serviram matérias da mídia jornalística eletrônica, que também organizei em um pequeno levantamento, sujeitas depois a um tratamento discursivo. A finalidade foi definir, o melhor que pude, o entrelaçamento de redes de estigmatização, controle e repressão e as práticas do som automotivo ao longo do tempo no estado.

O argumento central que pretendo desenvolver é que na raiz dos conflitos, muito além da “questão de polícia”, estão lutas simbólicas internas entre *amantes* de som e destes com outros setores que integram uma rede de produção discursiva estigmatizadora e de ações de controle e repressão. A colocação dos aparelhos como objeto de “orquestração de práticas ilícitas” começa por ilustrá-las, mas cobre ainda muitas camadas. Os conflitos possuem dimensões morais um pouco menos óbvias que a do desafio à lei e da proteção dos direitos dos cidadãos perturbados, sendo necessário reconstruir as figurações que lhes dão forma.

Por um lado, as lutas giram em torno da construção de uma imagem de superioridade social por frações do empresariado urbano de serviços – representada pela potência econômica e masculina dos paredões – e de seu choque com ideais de outros atores coletivos, alguns, evidentemente, com mais recursos de poder. Por outro, dão forma a canais de busca por valor humano usados por atores de periferias até certo ponto independentes dessa sombra de

superioridade, o que coloca pequenos proprietários ou instaladores em busca de reconhecimento por qualidades sentidas como únicas. A habilidade aspirante de DJ e a virtuosidade técnica são algumas das que procuro retratar. Ambas as faces das lutas sociais fornecem, acredito, alguns elementos para a compreensão da reprodução ampliada dos conflitos como consequências não planejadas da busca individual e coletiva por reconhecimento social.

Os encontros e festas que explodiram no estado colocaram em interdependências grandes e pequenos proprietários de sons, aspirantes a competidores, curiosos, homens e mulheres das periferias face a pequenos e médios empresários dos serviços, fazendeiros, profissionais liberais. Montou-se assim um microcosmo social estratificado, espaço de posicionamentos entre atrizes/atores, sobretudo homens, de diferentes origens sociais disputando regimes específicos de distribuição de honra. Nessa arena, procuro argumentar que os paredões, emoldurados por uma cultura da ostentação, demarcam posições distintas em hierarquias construídas em torno do cruzamento entre potência econômica e masculina.

Um pressuposto assumido, quanto a isso, é o de que os equipamentos carregam a função prática e cognitiva de traduzir as relações de força entre classes e atores através da dimensão simbólica dos estilos de vida, como também de evidenciar as repulsas desencadeada por eles. Assim sendo, quando me refiro a classe, tenho em mente o processo sociocultural a partir do qual se (re)produz simbólica e materialmente estruturas de poder na sociedade moderna (BOURDIEU, 2007; SOUZA, 2018a; 2018b; BERTONCELO, 2010). Outro pressuposto ainda é o de que a masculinidade, como outras questões de gênero, precisa ser pensada tanto em sua relativa independência da classe quanto na sua mútua constituição das estruturas de poder, engrenando o modelo com mais força e autonomia (MIGUEL, 2018).

Em um sobrevoo, o trabalho diz respeito a lutas pela redefinição do status humano desses atores na esteira do processo de reorganização das cidades alagoanas como parques de lazer e de consumo, que, está claro, não é uma singularidade (CARLOS, 2015; FARIAS, 2011; LEITE, 2008). Argumento que os circuitos de som automotivo no estado surgiram a partir do aumento das interdependências com função de consumo (RODRIGUES, 2008; 2017) estabelecidas entre frações empresariais de serviços, que cultivam os paredões no interior de um estilo de vida festeiro, e atores de periferias e zonas urbanas liminares. Trata-se de considerar que a economia e a cultura da diversão orientam esses atores como um polo crescente

de valor em função do qual se pretende sustentar a superioridade humana dos empresários e rivalizar com outras fontes de legitimação social (FARIAS, 2005; 2008; RODRIGUES, (2008; 2017).

No panorama do traumático processo de periferização de cidades alagoanas nos últimos 30 anos, tenho, por fim, a intenção sugerir que a carência por diversão, expressão e estima social de atores periféricos (RODRIGUES, 2008; 2017a; 2017b) constitui o elo entre a expansão dos encontros em todo o estado e a emergência de mecanismos difusos de controle e repressão. Indissociável do processo de periferização, o som automotivo *explodiu* em Alagoas sobre um cenário de intensas mudanças nos marcos de referência dos moradores das margens urbanas. Instalou-se um regime de migração circular e aguda, fraturas e reestruturações familiares, monetarização, tecnificação. Diante disso tudo, e um pouco à parte da dominação simbólica dos paredões, o trabalho se preocupa com um curso possível dessas novas modelações que as dinâmicas competitivas do som automotivo tornaram explícitas, a da individualização de atores das periferias urbanas.

Com esta introdução, a tese se divide em 7 partes. A próxima delas, *Questões e conceitos*, é uma pequena exposição das discussões e instrumentos teóricos que auxiliaram na pesquisa de campo e na interpretação das observações. Ela é útil para a/o leitora/leitor porque, ao longo das seções, entrelaça ideias, descrições e análises sem muitas compartimentalizações. Ele segue mais como um fluxo narrativo dos meus desafios e descobertas no campo, ligados a todo o tempo por sua contribuição para o problema.

Em *De circuitos restritos às periferias alagoanas: dimensões históricas e sociais do som automotivo*, o objetivo é apresentar aspectos centrais das práticas do som automotivo no Brasil e no Nordeste, especialmente, já emolduradas por críticas, acusações e contendas. Para tanto, percorro as distintas tradições técnico-estéticas dos aparelhos desenvolvidas ao longo dos últimos 30 anos por círculos restritos de aficionados até a formação de circuitos periféricos em Alagoas. Este fato constitui um marco que, por um lado, descreve o aumento de interdependências entre *amantes* de frações médias de setores do empresariado de serviços e aqueles das periferias; por outro, divide o espaço entre antigos e novos *amantes*. O misto de celebração do som automotivo e negação das periferias marca aí seus contornos iniciais, revelando uma camada das lutas simbólicas que se desenvolverá mais à frente. A questão não

é fazer uma história do som automotivo no Brasil, muito embora ela possa representar um passo inicial nessa direção, mas 1) começar por reconstruir dimensões importantes dessas sociabilidades, incluindo aspectos que considero centrais do estilo de vida dos *amantes* de som; 2) iniciar apontamentos da relação entre a montagem de circuitos periféricos, suas dinâmicas competitivas, hierarquias e os conflitos instaurados em muitas cidades alagoanas.

*Circuitos de som automotivo, tensões e legitimidade nas periferias* trata de fazer um desenho dos circuitos que explodiram na última década em Alagoas alimentados pelo público das periferias. Nele, procuro dimensionar o que os *amantes* de som chamaram de *boom do som automotivo*, isto é, o crescimento exponencial de espaços de encontros, eventos profissionais e pessoas interessadas na diversão sonora. Um dos meus interesses é conectar o fenômeno às carências moldadas na esteira do processo traumático de periferização de cidades alagoanas e na sua reordenação para uma economia de serviços. Esse fato está relacionado a mudanças sensíveis nos equilíbrios de poder entre as maiores cidade do estado, traduzida na disputa e conquista de regiões por dois grandes organizadores de eventos. Outro interesse é descrever diferentes espaços em que o som automotivo se tornou centro de sociabilidades competitivas e dançantes envolto por tensões com vizinhanças e polícia. Destaco, para tanto, a paisagem da Praia da Sereia, em Maceió, a partir da qual chamo a atenção para a existência de figurações de equilíbrio entre redes de controle e repressão e as carências de atrizes/atores periféricos por diversão, evidenciando o papel das periferias para a existência dos circuitos.

Em *Uma questão de ordem: mal-estar social e periferização do som automotivo*, teço a relação do som automotivo com os conflitos sobre outro ângulo. Trata-se de remontar aspectos do processo de construção da imagem pública dos *amantes* ao longo das últimas duas décadas e sua transformação num objeto de anátema social e cultural. A percepção de que os conflitos tinham se enraizado na subjetividade dos *amantes*, expressos na forma de mecanismo discursivos de proteção de *sef*, conduz a um levantamento em jornais da mídia jornalística eletrônica que aponta com mais nitidez a emergência, na última década, de mecanismos difusos de controle e de repressão. O som automotivo se tornou uma questão de ordem. A análise discursiva de algumas matérias exemplares aprofunda um pouco mais essa descoberta, iluminando redes de produção de discursos estigmatizadores que transbordam ideais de superioridade social opostos às sociabilidades periféricas sobre os conflitos. É uma questão

importante o papel dessas redes, atravessadas por distintos interesses, no comando de operações jurídico-policiais, ignorando por completo as reivindicações dos *amantes* de som por espaços adequados.

Em *Paixão, classe e masculinidade nas lutas de amantes de som automotivo por superioridade social*, lido com duas dimensões de lutas que resultam do entrelaçamento das pressões por ordem com as dinâmicas competitivas do som automotivo. A primeira delas trata do impacto e reação dos *amantes* a essa imagem construída pelas redes discursivas. Ela começa a ganhar contornos com a descoberta, em grupos de uma rede social, de manifestações de inconformidade com as ações de controle e de iniciativas de reconstrução da autoestima dos *amantes*. Tais manifestações nas redes são a porta de entrada para iluminar lutas simbólicas pela positivação moral capitaneadas por algumas figuras do meio dotadas de mais recursos de poder. Seu objetivo é a construção de uma autoimagem à semelhança de uma classe idealizada de empresários, intocados pelas falhas morais apontadas por seus detratores. A *paixão* pelo som automotivo, desenvolvida como um hobby, é o meio principal de demonstrar essa nobreza. Ela significa a entrega para a realização das propensões individuais mais genuínas, constituindo um ativo moral a partir do qual se espera reverter sua imagem pública. Na outra dimensão, a *paixão* troca de sinal. Agora, os distintos *hobistas* projetam uma imagem de superioridade social sobre os próprios *amantes*, no topo das hierarquias construídas nas competições. A partir delas, a luta por dignidade é substituída pela da honra engrenada pela subjugação dos oponentes nos *rachas*. A intenção é apontar os mecanismos materiais e simbólicos implicados na construção de hierarquias baseadas na expressão da potência econômica e masculina.

*Lisos e apaixonados: individualização de sujeitos periféricos e lutas por valor humano* reservo para relativizar a dominação simbólica sobre os *amantes* das periferias. A intenção é mostrar um eixo de lutas por valor humano com relativa autonomia das disputas de honra, constituindo-se numa outra via para a (re)construção da sua autoestima. A *paixão*, enfim, não é atributo apenas dos mais endinheirados. *Amantes lisos* também a reivindicam para si, mesmo que signifique o sacrifício financeiro e afetivo. Procuro empreender, através da análise de trajetórias, um esforço interpretativo das razões pelas quais se tornou tão significativo para alguns *amantes* das periferias *montar um som*, ao ponto de descrever esse processo como parte importante de sua personalidade e de funcionar, certas vezes, como uma metáfora para suas

lutas e trajetória de vida. Irei argumentar, a partir da interpretação de fragmentos de suas histórias, que os espaços de valorização que se desenvolveram na órbita do som automotivo se tornaram, para além de um lugar de construção de novas imagens de potência econômica e masculina, um canal de expressão das lutas de atores das periferias por valor humano enquanto indivíduos. Trata-se de considerar a constituição de canais de valorização individual abertos pelo crescimento desses espaços nas periferias que orientam expectativas de dignificação social para o reconhecimento de qualidades auto e alter percebidas como singulares: a *paixão* pelo som.

## 2 QUESTÕES E CONCEITOS

A primeira ideia relevante para conduzir a leitura deste trabalho trata-se do pressuposto da natureza social da constituição do espaço urbano. Já bastante discutida na tradição sociológica (SIMMEL, 1967; PARK, 2018; ELIAS, 2001; BOURDIEU, 2013; MAGNANI, 2005, 2014), ela encontra-se aqui enredada pelos conflitos que resultaram da formação dos percursos de amantes de som automotivo em cidades alagoanas.

O conceito de circuitos de jovens urbanos, que Magnani (2014) definiu como a “configuração espacial, não contígua, produzida pelos trajetos de atores sociais no exercício de alguma de suas práticas”, foi para tanto uma fonte teórica e metodológica de relevo. Ele contribuiu para dimensionar tal fenômeno que era imputado socialmente, sob o ponto de vista dos muitos ofendidos, como causador de desordem urbana. Sobretudo, esse cenário impôs a mim a tarefa de ordená-lo cognitivamente a partir do esforço etnográfico de compreensão de uma perspectiva-eles (ELIAS, 1994; RODRIGUES, 2008; 2018) no aparente caos dos encontros, competições, festas e confusões em diferentes regiões e cidades do estado. Contra essa aparência, a ideia trazida pelos circuitos iluminou configurações complexas de espaços que ligavam, e por isso mesmo ordenavam, distintos lugares, regiões e aparelhos urbanos por meio das topografias e percursos dos amantes de sons na produção de suas práticas.

Ademais, o pressuposto assumido por Magnani de que a cidade, enquanto tecido vivo a partir do qual se entramam as práticas, é coprodutora dessa configuração constitui um ponto importante a se ter em mente ao longo do texto. Isso, precisamente, porque os conflitos vicinais e em outras instâncias sociais, como a da justiça e a da polícia, passaram também a constituir a subjetividade coletiva dos amantes de som e, por conseguinte, a operar como mecanismo agenciador da produção de circuitos de som automotivo. A preocupação que mantive em certos pontos do texto com a análise crítica do discurso (FAIRCLOGH, 2001) veio também para esclarecer a dimensão da subjetivação que o poder de influência de alguns grupos sobre a gestão de espaços da cidade imprimiu nos amantes de som.

Tal abertura para a cidade não parece avessa a uma abordagem do conflito que ultrapassa os limites das interações entre insiders e considera, de um ponto de vista relacional, a cidade

como espaço objetivado de lutas sociais. Guiou-me, quanto a isso, a ideia de que os espaços urbanos traduzem a ordem social e sua estrutura de poder junto das dimensões cognitivas, morais e emocionais que lhes são constitutivas, como pensaram Norbert Elias (2001, p. 66-84) e Pierre Bourdieu (2013). Sendo, por outro lado, os circuitos urbanos formados ativamente pelos atores em conflito, os espaços se tornam também uma dimensão sensível, num deslocamento daquilo que pensou Trotta (2016; 2018) sobre a música, à observação dos tensionamentos de ordens históricas, algo sobre o qual o Funk e o próprio som automotivo não deixam restar dúvidas, assim acredito.

O eixo privilegiado desses tensionamentos no trabalho diz respeito aos pequenos, porém sensíveis deslocamentos nas balanças de poder em favor dos moradores de periferias urbanas brasileiras ao longo das últimas três décadas operado, especialmente, no campo simbólico da cultura, do consumo e da diversão.

Nas últimas décadas, as Ciências Sociais se tornaram uma espécie de observatório de rápidas mudanças sociais. Várias pesquisas praticamente taquígrafaram o impacto de uma conjuntura político-econômica nacional e global pós 2002 na renda e nas condições de vida de frações da classe trabalhadora. Os mais otimistas, sob severa desconfiança, comemoraram a emergência de uma nova classe média no Brasil (NERI, 2008; 2011). Mas outros pensaram diferente. Kopper e Damo (2018) viam uma convergência de interesses entre setores científicos, economia, política e marketing tanto para manter o Brasil no eixo do desenvolvimento econômico e social global como para reforçar tecnologias de governo dos pobres e cancelar práticas de mensuração pública; Pochmann (2014) acreditava em uma ofensiva ideológica neoliberal para minar os serviços públicos e entronizar o mercado como modelo virtuoso de desenvolvimento social; Souza (2012; 2018), ainda, considerou a questão uma recapitulação histórica do modelo de dominação das elites nacionais que, minando o desenvolvimento autônomo nacional, perpetua a condição de subalternização e humilhação dos pobres.

O “mito da nova classe média”, como assinalou Pochmann, foi desnudado como um arroubo de economicismo, sendo bastante eufemístico. O “erro” daqueles que comemoravam o surgimento de uma nova classe média no Brasil, disse ainda, foi o de confundir a homogeneização de bens de consumo que constituíram, durante muito tempo, fronteiras entre as classes populares e a classe média com políticas de valorização da classe trabalhadora.

Pautada por essas questões, a discussão, por si só, constituía uma tentativa de dimensionar corretamente que tipo de “perturbações” nos equilíbrios de poder históricos, cujo embaralhamento de fronteiras simbólicas era um sintoma, estava em curso.

Os “rolezinhos” podem ser entendidos como um sintoma agudo dessas “perturbações” da ordem sociourbana (CALDEIRA, 2014; TROTTA, 2014). Eram encontros marcados pela juventude periférica nos templos do consumo das áreas nobres das capitais carioca<sup>5</sup>, inicialmente, cuja reação do público tradicional desses espaços desencadeou uma série de ações de controle por parte de empresas, polícia e mídia. Tensões na delimitação de fronteiras sociais através de privilégios de classe já eram certamente sentidas muito antes disso, desde que se leve em conta a diminuição da desigualdade entre ricos e pobres no Brasil<sup>6</sup>, entre 1975 e 2014, como consequência da democratização e do poder do eleitorado empobrecido em determinar as demandas políticas não só de esquerda, mas conservadoras e de centro-direita (ARRETCHE, 2018). Entretanto, os “rolezinhos” expuseram de forma bastante eloquente os conflitos sociais que emergiram da inclusão precária dos pobres ao consumo (MOTA, 1999), eficiente, no entanto, em aprofundar a lógica mercantil, o imaginário da cultura de consumo e, como reflexo disso tudo, em incitar o ódio de classe.

Uma consequência nefasta desses tímidos deslocamentos de poder históricos, cujo equilíbrio demarcava assimetrias constitutivas da ordem sociourbana em todo o país, foram os espaços urbanos se tornarem uma dimensão mais sensível da percepção das dissonâncias entre padrões de presença e mobilidade ossificados. Sobretudo, estava envolvido o grau em que domínios das cidades eram associados a uma autoimagem sentida como superior em relação a grupos humanos estigmatizados. No extremo, a humilhação, a tortura e o assassinato passaram a figurar como reação de grupos “ameaçados” pela invasão da periferia. Soares (2019), ao descrever a perseguição e espancamento de jovens negros “suspeitos” no bairro do Flamengo, o que levou um deles a ser amarrado a um poste pelo pescoço, relaciona o fato como uma reação ao fenômeno dos “rolezinhos”, que ganhara espaços nas notícias com jovens da periferia associados ao funk. Certamente não era a primeira vez que o funk virava notícia por incomodar.

---

<sup>5</sup> Também se tornaram questão de polícia em Maceió.

<sup>6</sup> Quando desconsiderado o 1% mais rico.

Talvez os bailes funks e, mais recentemente, os “rolezinhos”, tenham sido até aqui, no contexto das lutas pela redefinição do status humanos de atores individuais e coletivos, o objeto de discussão em maior evidência a respeito da relação entre cultura jovem, espaço urbano e conflito. O Funk foi nas últimas décadas um exemplo de fenômeno cultural sobre o qual recaiu forte controle social sob o comando de uma pretensa ação civilizadora de diversos segmentos sociais (SILVA, 2014; TROTTA, 2014). Os bailes funk passaram a se submeter sistematicamente ao crivo da polícia, sendo embargados e justificados por algumas autoridades pela associação ao tráfico, baixa cultura e distância da cultura erudita. Não tanto a música funk, que embala as festas da zona sul carioca, mas a sociabilidade da favela endossou a defesa do policiamento e tutela jurídico-policia da juventude periférica.

Assim, a presença de mecanismos de controle e repressão e acusações semelhantes sobre sociabilidades do som automotivo, embora no contexto distante do processo de periferização das cidades alagoanas, é sumamente importante para situá-lo no problema. Descobri ser bastante difícil dissociar a história do som automotivo em Alagoas das periferias urbanas, embora muitos dos envolvidos o desejem. Mais difícil ainda é dissociar da explosão de encontros e festas alimentadas pela juventude periférica em busca de diversão a construção de sua imagem pública por alguns setores sociais – moradores de periferias, jornalistas, juristas, policiais – como objeto de anátema social e cultural.

Minha intenção é articular esse fato que entra parte importante do trabalho empírico como uma sociodinâmica da estigmatização entre estabelecidos e outsiders, lutas simbólicas pela transformação do status humano e elaboração de marcas de superioridade social entre grupos envolvidos nos conflitos (ELIAS, 2000). Os estigmas de desordeiros, incultos e criminosos colocados sobre amantes e público do som automotivo podem ser lidos, aqui ainda no nível da generalidade, como um recurso usado por setores sociais cujo maior grau de coesão e organização implica no controle da maior parte dos recursos de poder, objetivando manter sua superioridade social. Nessa condição, grupos detentores desses recursos mantêm sobre si uma autoimagem superior, um carisma grupal, e impõem sobre grupos dominados estigmas que lapidam sua autoimagem como pessoas de menor valor humano.

Mas, pensando ainda com Elias, a estigmatização só se torna fortemente efetiva quando há grande diferencial de poder entre os grupos envolvidos, impactando a constituição da

personalidade em níveis mais profundos. Se, entretanto, como resultado das lutas sociais, o poder destes se reduz, os estigmas tendem a perder sua força. Quando os grupos estigmatizados superam os níveis de subsistência e se torna patente a mútua dependência com grupos dominantes, outras aspirações passam a ser motivos de disputas além das necessidades materiais elementares, e, tanto mais, torna-se importante as lutas simbólicas. Sendo assim, as forças que autorizam a distinção entre dominantes e dominados a partir de fantasias coletivas objetificadas como marcas de inferiorização, a exemplo da suposta personalidade criminosa dos amantes de sons, encontram no reverso também lutas por positividade moral.

É nesse ponto que Rodrigues (2011; 2014; 2017) percebe as periferias urbanas como um centro de lutas por valor humano. Ao longo das três últimas décadas, atores dessas margens urbanas, com a mediação de intelectuais e de setores da mídia, redefiniram sua autoimagem e participação nos recursos de poder na esteira de processos que levaram ao estreitamento das relações entre distintos setores sociais. Isso evidenciou o duplo vínculo (ELIAS, 2000) de dependências entre atores com grandes diferenciais históricos de poder.

A transformação semântica do termo “periferia”, que suplanta o termo popular, condensa um primeiro olhar sobre o tema. Segundo Rodrigues (2017), durante algum tempo, periferias foram concebidas como espaços de baixo prestígio social definidos pela imposição de modos de classificação gerados nos espaços de luta inter e intraestatal de poder militar, econômico e simbólico. No cenário intraestatal latino-americano, considerando, principalmente, o Brasil, seu sentido se converteu em forma de hierarquização de regiões intranacionais e dos espaços urbanos cuja classificação dividia os que se aproximavam dos modelos de vida fornecidos pela sociedade urbano-industrial os que eram marcados pela pobreza e pela marginalidade. Essa situação teve como consequência a imposição de critérios de avaliação do desenvolvimento urbano-regional por setores de gerenciamento do Estado fortemente centrados em categorias econômicas, espaciais e demográficas, consideradas as únicas seguras para medir os passos em direção ao progresso nacional.

Esses critérios, porém, obscureceram a capacidade de compreensão científica dos caminhos pelos quais atrizes e atores das “periferias”, submetidos às pressões e contrapressões do centro, buscavam gratificação e adequação a formas de avaliação do status humano para além dos padrões baseados em níveis de renda, ocupação profissional e condições de moradia.

As dimensões expressiva e psíquico-afetiva foram deixadas de lado por pontos de vista intelectuais autocentrados. Sobretudo, a percepção objetivista do problema dificultou a compreensão da busca por qualificação do status humano nesses espaços a partir do direcionamento de padrões funcionais voltados para a produção de serviços de lazer e entretenimento, aspecto obscurecido no estudo da urbanização.

É justamente essa dimensão expressiva que colore hoje o conceito de periferia, acrescentando a ele uma nova camada de significado. O aumento da integração de setores sociais marginalizados às atividades mercantis nos últimos trinta anos, e o consequente crescimento das interdependências funcionais entre frações ricas e pobres, implicou numa cruzada em busca de respeito e valor humano por populares, tendo como principal canal de expressão a produção simbólica. O rap, o funk carioca, o tecnobrega belenense, o pagode baiano e o reggae maceioense são o resultado da formação de circuitos mercantis de diversão nas periferias que canalizaram propensões populares a práticas expressivas. Elas organizam modos de conduta, formas de consumo e preferências estéticas a partir das quais se afirma – com o apoio de intelectuais e intermediários culturais – a autonomia das periferias, onde se ancoram reivindicações de dignidade ante outras tradições expressivas estabelecidas.

Rodrigues esteve assim atento ao deslocamento e ampliação de significado por que passou o termo periferia através dessas lutas simbólicas. Ao longo dos últimos trinta anos, as periferias passaram a compreender “posições prestigiosas ocupadas por grupos ‘emergentes’” (2017, p. 42), suplantando o popular como autoimagem individual e coletiva positiva. Isso chama a atenção para a emergência de uma estrutura de poder menos sufocante que comporta trânsitos possíveis entre dominados e dominantes na esteira de um processo de estreitamento das interdependências entre classes e grupos, não só na esfera econômica, mas política e cultural, que elevou o status humano de coletividades estigmatizadas.

Essa discussão perfila uma tradição de pesquisas debruçadas sobre os significados políticos, culturais e estéticos de expressões culturais das periferias urbanas no Brasil. Um marco notável desse desafio é o Mundo funk carioca (1990; 1997), de Hermano Vianna. Irradiando das periferias do Rio de Janeiro para várias outras regiões do país, o funk foi, desde seu início nos anos 1980, objeto de anátema e expressão máxima da regressão cultural operada pelas indústrias culturais. Confundida, desde os escritos de Herder, com o primitivismo, o

purismo e o comunitarismo, a cultura popular no Brasil esteve entendida sob os registros da alienação da indústria cultural, que corroeu suas expressões autênticas, e das obras de resistência à essa indústria. Mas ambas as visões deixaram intocada, pensou Vianna, qualquer possibilidade de intercâmbio entre a cultura produzida pelo povo e para o povo, o que acreditou ser o caso do funk. Esse esforço começava a retirar camadas simbólicas que sobrecarregavam as expressões periféricas do fetiche intelectual pela dominação unidirecional.

Esse e outros trabalhos (BARROS, 2009; NETTO, 2016; RODRIGUES, 2011) somaram contribuições para pensar a realidade da cultura da periferia no Brasil e em outras periferias do mundo. Um pressuposto comum a todos eles, implícita ou explicitamente, é a falibilidade das teses frankfurtianas da homogeneização cultural; da regressão cultural que fundamentou um paradigma crítico amplamente disseminado; e da dominação incontornável e do poder unidirecional das classes dominantes. Influenciados por Gramsci e pelos estudos culturais, mas também por Elias, esses trabalhos opõem a isso lutas por reconhecimento e legitimação de expressões culturais periféricas através da negociação com as estruturas de poder e da criação de processos de produção, circulação e consumo cultural “autônomos” em relação à racionalidade dominante. Eles destacam ainda a formação de um novo paradigma global de crítica cultural, espaços de fluidez das classificações e hierarquias sociais, apropriações alheias aos requisitos da reprodução das relações de dominação e a diversidade de apropriações culturais. Rodrigues, especialmente, preocupou-se em evidenciar as redes de interdependências, estreitadas na esteira do processo de integração dos pobres à sociedade mercantil, que estavam na base da reivindicação de uma cultura periférica por vezes pensada como autônoma. Nessa discussão, os espaços sob o signo da periferia ocupam o papel de referentes de identidades socioespaciais nas topologias definidas e redefinidas nas lutas simbólicas.

No texto, procuro aprofundar essa dimensão das lutas simbólicas por uma via que, idealmente, é estranha às reivindicações das atrizes/atores sociais por autonomia através da cultura periférica, isto é, carente de um fundamento ideal coletivista e de senso de pertencimento às margens urbanas. De forma ambivalente, os paredões projetam sobre amantes de som e público dançante uma imagem de superioridade humana construída para ser um negativo das periferias, mas que é plasmado em seu encontro e se desenvolve, em boa medida, como uma função da diversão popular. Se colocam por isso no centro de uma disputa pela redefinição de fronteiras sociais emolduradas pelos refluxos das rápidas mudanças nos

equilíbrios poder social nas cidades, não apenas entre frações de classes, mas setores sociais, regiões metropolitanas e padrões dominantes de performance da masculinidade.

O contexto dessas mudanças é o processo de reorientação econômica, política e cultural de cidades alagoanas em torno do redimensionamento simbólico dos espaços urbanos para o consumo. É nele em que a diversão operou como um “mecanismo institucional estruturante das “condições de ressignificação dos símbolos e dos modos de expressão da cultura” do capitalismo contemporâneo (COUTO 2014; FARIAS, 2011).

O processo de industrialização nacional promovido como um dos principais objetos dos giros modernizadores ocorridos no país, em que o Estado fora, nos marcos das décadas de 30, 50 e 70, o ator fundamental (FERNANDES, 2008; DOMINGUES, 2009; POCHMANN, 2014), sofreu um revés quando da materialização das políticas de inspiração neoliberal na década de 1990. Ainda incompleta nos anos 1980, se levamos em conta o patamar atingido pelos países centrais do capitalismo, a industrialização passou a perder espaço na agenda modernizadora do Estado e das elites políticas para demandas que visavam a conformação do país à nova ordem imposta pelo capitalismo financeiro. A redução vertiginosa do parque industrial nacional, muito desigual entre as regiões, mas crescente ao longo das décadas em todo o território, foi acompanhada por uma reorientação política, econômica e cultural nos níveis nacional, regional e local que deu origem a novas formas de coordenação social para acumulação, produção de renda e gestão da pobreza capitaneado pelo setor de serviços. Esse processo marcou com novos matizes o longo desenvolvimento de uma sociedade urbano-industrial e de serviços no Brasil (FARIAS, 2005).

Alagoas, particularmente, viveu essa história através da derrocada agonizante do setor sucroalcooleiro e fumageiro e da morte fulminante do setor têxtil, ensejando a reorientação das políticas econômica, social e cultural para a exploração de serviços turísticos e de diversão. Essas políticas deveriam dar respostas também ao desafio de gerir as consequências do processo traumático de periferização que redefiniu a paisagem urbana nos últimos 30 anos. Farias (2011), Carlos (2015) e Leite (2008) indicam, em distintos lugares do país, processo semelhante de reconfiguração sociourbana sob a qual se erigiu novas economias simbólicas implicadas no (re)posicionamento de macro e micro atores nas estruturas de poder.

Esse mecanismo institucional de ressignificação da cultura foi essencial, embora não único, para dar forma ao estilo de vida do som automotivo. Por que se tornou importante, viável,

sedutor e socialmente gratificante construir aparelhos monolíticos ensurdecadores para usá-los em parques culturais urbanos, mesmo que sejam constantemente perseguidos, criticados, criminalizados? Parte da resposta mantém relação com o fato de que as cidades, reordenadas para a exploração de serviços de lazer e diversão, operaram também a ressignificação de práticas posicionais que demarcavam as fronteiras simbólicas entre classes e frações de classe por um lado; masculinidades dominantes e dominadas por outro.

É mister considerar que essa reordenação consistiu no reprocessamento da experiência social a partir dos arranjos institucionais nos quais recursos diversionais passaram a ganhar maior importância como fonte de poder social. Elas foram superdimensionadas pelo alargamento dos espaços físicos e simbólicos de expressão da fantasia, da carnavalização e da singularidade social e individual estetizada. Nesse sentido, é preciso ter em mente que os valores do hedonismo contemporâneo (CAMPBELL, 2001), impulsionados pela reordenação das cidades, inscreveram-se no senso comum como um objeto natural, razoável e legítimo, ganhando espaços entre outras formas de classificação e diferenciação social.

Renato Ortiz (2007) assinalou há tempos transformações no país durante o século XX marcadas pelo estabelecimento de uma nova legitimidade cultural. As décadas de 1960 e 1970 marcaram, contra a força da tradição e das artes, a legitimação do *mass media* como referência cultural na sociedade nacional. A este ponto, por um lado, as tradições se viram já articuladas pela exploração da indústria cultural. Por outro, o ideal eurocêntrico da autonomia do campo restrito das artes cedeu lugar à autoridade de uma cultura-mundo formada por fluxos econômico-culturais globais. Diante disso, o poder da cultura de hierarquização social deslocou-se, em uma sociedade de consumo nascente, para a construção de estilos de vida, em que a apropriação de uma cultura-mundo tem o poder de ordenar pessoas em posições sociais. Constituída por produtos culturais com valor universal, entendendo por universalidade a capacidade de circulação inter-étnica e nacional de mercadorias, a cultura-mundo provoca, na integração entre global e local, uma diglossia cultural que localiza o global, moldando-se aos contextos locais. A modernidade cultural constitui-se no Brasil, assim, antes de tudo, como forma de hierarquização do novo sobre o antigo.

Além de Souza (2009; 2012; 2018), alguns estudos de inspiração bourdieusiana buscaram dar conta das formas específicas a partir das quais divisas simbólicas entre classes e

grupos são traçadas na sociedade brasileira contemporânea. Em alguns deles, Bertonecelo (2010) procurou, por meio de uma abordagem indutiva de análise de correspondências múltiplas, traçar o espaço das classes e estilos de vida no Brasil. Nesse trabalho, os principais marcadores de divisas simbólicas estavam baseados em três princípios dominantes: a posse de bens materiais, o engajamento em práticas culturais e os cuidados com o corpo. Estimulado, especialmente, por um trabalho semelhante realizado por Benneth (2009), na Inglaterra, percebeu que o lazer e o entretenimento, à semelhança deste, assumiram um papel relevante, se não central, para o estabelecimento de distâncias entre as escolhas dos indivíduos localizados em distintas posições do espaço social. As celebridades, ícones da estilização da vida, tornaram-se modelos de comportamento e estilo, rivalizando e, por vezes, assumindo o papel das artes como prática distintiva (BERTONCELO; MIRA, 2019). Trata-se, com isso, de reconhecer o papel do lazer e da diversão no funcionamento dos mecanismos de produção da desigualdade que opera no Brasil além das variáveis já exaustivamente trabalhadas nos estudos sobre o tema (BERTONCELO, 2017).

Os estudos de Bertonecelo alargam, a partir de um sobrevoo estrutural, a percepção do fortalecimento dessas economias simbólicas na formação de hierarquias sociais no Brasil contemporâneo. Deixam de fora, entretanto, os processos complexos por meio dos quais as propriedades relacionais e do mundo social tensionam e refazem concretamente fronteiras simbólicas, classificações, práticas e identidades históricas através de um processo de reconfiguração das estruturas de poder. Indo nessa direção, tento tratar os paredões de som como artefatos figuracionais que remontam aspectos importantes dessa história. Isso significa descrever redes de interdependências, campos e lutas por meio dos quais se processou as experiências intergeracionais que confluíram para sua existência.

A partir de agora, procuro explorar a multidimensionalidade das lutas simbólicas que passaram a orbitar o som automotivo, que a um só tempo o transformaram em objeto de anátema social e cultural, imagem de superioridade social e espaço de luta por valorização de atores de periferias alagoanas.

### 3 DE CIRCUITOS RESTRITOS ÀS PERIFÉRIAS ALAGOANAS: DIMENSÕES HISTÓRICAS E SOCIAIS DO SOM AUTOMOTIVO

#### 3.1 UM MUNDO PARTICULAR

Quando iniciei a pesquisa de mestrado em São Miguel dos Campos, no início de 2014, estava em busca de interlocutores entre proprietários de sons potentes que animavam (e infernizavam) os fins de semanas e feriados nos bairros de periferia da cidade. Sabia que não eram poucos, porém eram desconhecidos e, como iria descobrir, desconfiados.

Sons automotivos eram raros entre eles. Na verdade, a maioria era de equipamentos que, sem se confundir com um aparelho doméstico vendido nas lojas, ficava na sala prontamente para se deslocar à calçada, lugar das festas e exposições que procurei, modestamente, descrever em minha dissertação.

Eu costumava passar pela famosa “rua do cemitério”, tomada em um longo quarteirão pelo cemitério da cidade, para realizar muitas coisas do cotidiano. Morava em São Miguel desde 2010, para onde fui para exercer função administrativa em uma Universidade, e, desde então, a rua fazia parte de um trajeto constante. Foi lá, em aproximação com um comerciante de CDs e DVDs ditos *piratas*, proprietário de um som o qual dividia entre o comércio, a diversão de vizinhos e da família estendida, que se colocou diante de mim um verdadeiro desafio etnográfico e cognitivo imponderável de tipo malinowskiano.

Já tinha visto Adalberto<sup>7</sup> antes. Além de comercializar na rua, sua caixa divertia alguns vizinhos que se sentavam à sombra do muro do cemitério, no lado oposto ao seu comércio e residência, para beber, conversar e dançar. Certo dia, resolvi olhar seus produtos e preparar o terreno para uma conversa. Após olhar alguns filmes, descobrir os tipos de material que vendia, me mostrei interessado em sua caixa. Foi a forma que encontrei, tímida, mas cuidadosa, de iniciar o mergulho num universo estranho de pessoas que não compreendiam muito bem por que alguém teria interesse em suas vidas cotidianas.

---

<sup>7</sup> Nome fictício.

Na época, uma caixa de som era para mim apenas uma “caixa de som”, carregada de um senso comum que não a via além de um equipamento doméstico para ouvir música, ou para reproduzir os instrumentos de um show. Era um instrumento, não um fim em si mesmo, como descobriria ser para a maioria dos meus interlocutores dali em diante.

Adalberto mesmo a tinha idealizado e, em parte, montado. Era uma estrutura de madeira bastante surrada, desgastada, de cor preta com partes da tinta descascando, pois havia sido arrastada para muitos lugares quando ele a alugava. Orgulhosamente, gabava-se de sua resistência e dos equipamentos que tinha escolhido e instalado. Foi nesse ponto, justamente, que me perdi. Ele disse que mandou fazer o caixote, onde se acoplavam os componentes, depois colocou sozinho as duas “bocas de 18<sup>8</sup>, as duas cornetas e os dois twiters”. Para Adalberto, esses termos deveriam fazer algum sentido para mim. Eu deveria saber que corresponderiam às frequências, consecutivamente, de graves, médios e agudos, e que a relação entre eles também implicaria em reproduzir tipos específicos de estilos musicais que se queria ouvir – forró ou pancadão – e diferentes graus de potência.

Eu poderia ter perguntado, mas à época isso me pareceu tão árido que apenas disparei uma sequência de “aham, certo, ok” e continuei escutando. Tinha ideia de que as dimensões da diversão e da técnica se tocariam de algum modo, mas, talvez, uma oposição esquemática entre tecnologia e cultura ainda estivesse guiando meu olhar. Ficou claro, naquele momento, que distinções entre processos e configurações técnicas, que se tornariam cada vez mais complicadas à medida que me aprofundava no campo, eram a língua corrente entre os *amantes* de som, constitutiva e necessária para a própria definição do fenômeno do som automotivo como pretendo apresentar à frente.

Esse encontro, paradoxalmente, através de uma barreira cognitiva, iluminou o caminho de uma dimensão essencial das práticas dos *amantes* de som. Falo da dimensão do conhecimento perito mais ou menos desenvolvido sobre processos de montagem e configurações técnico-sonoras. Depois disso, eu não poderia deixar de me apropriar, o quanto pudesse, dessa linguagem que não cessará de aparecer ao longo deste trabalho.

---

<sup>8</sup> Alto-falantes de 18 polegadas.

Foi aí que tive a ideia de conversar com Álvaro, mais conhecido como Vinho, uma pessoa próxima que era funcionário de uma loja de venda de aparelhos eletroeletrônicos. Vinho, 53 anos, trabalhava num estabelecimento muito conhecido na cidade, a “loja do Paulino”. Nesta, estava ligado à instalação de antenas parabólicas. No entanto, como pude perceber certa vez em uma visita, trabalhava também no atendimento e venda de equipamentos sonoros. Era conhecedor de engenharia sonora e acústica, embora tivesse estudado apenas até a quarta série, o que muito lamentava. Procurei-o em casa para que pudéssemos conversar, no intuito de conseguir informações e juízos mais pertinentes a partir da sua posição de técnico e vendedor.

Vinho foi logo se antecipando na conversa, como se estivesse preso em sua garganta: o problema do som em São Miguel era que acabou se generalizando um tipo de prática, a do paredão, que no início era apenas uma forma de demonstração das empresas que fabricam equipamentos sonoros. De tempos em tempos, as empresas vinham à cidade para promover produtos sob o modelo de paredões de som, testavam os aparelhos em lugares públicos ao ponto de quebrarem vidraças. Mais tarde isso viraria moda.

Penso que Vinho considerava os paredões como um fenômeno local, o que, veremos, é um engano. Pelo seu olhar de expert, a generalização dos paredões de som na cidade era fruto de uma incompreensão dos usuários que confundiam a demonstração técnico-promocional com o uso indiscriminado, o uso tecnicamente indiscriminado, inclusive. A popularização da prática soava como um sinônimo de vulgarização da técnica, de mácula, que ele colocava na seguinte oposição estético-técnico-normativa: som-ambiente, estado de coisas desejáveis, significava a disposição das potencialidades do equipamento de modo que preencha agradavelmente o ambiente sem exceder sua capacidade ótima de equilíbrio entre os componentes (graves, médios, agudos); e som ruído, estado de coisas indesejáveis, cujo exagero no volume excederia a capacidade técnica de amplificação do equipamento e afetaria a saúde. Como dizia, causava um “problema de saúde pública”.

Esses *amantes* de paredões eram certas vezes enquadrados nas falas de Vinho como recaindo numa espécie de heresia da engenharia sonora. “Muitos usam alto-falantes potentes sem a quantidade de energia suficiente para atingir sua potência”. Viviam sob as aparências dos

---

<sup>9</sup> Nome fictício

equipamentos caros e das festas para um público igualmente desconhecedor, sem o saber necessário para usá-los e senti-los da forma correta. “Quem compra paredões e sons superpotentes na verdade compra pros outros. Ninguém vai comprar um equipamento de 2000 watts de potência pra escutar sozinho. E comprar equipamento pros outros ouvirem não vale a pena”.

Perguntei então para Vinho quem eram os clientes da loja em que trabalhava. A clientela era variada. Como disse, a loja ofertava outros serviços além do som, muitos desses populares. Mas no caso dos paredões, especialmente, eram “um público mais seleta, de não-assalariados”. Tinha, quanto a isso, sua própria teoria das classes sociais da cidade. A classe trabalhadora era de pessoas como ele, assalariados; a classe média tinha renda de quatro a cinco mil reais; a classe média alta: “salário de deputado”: por volta de uns trinta mil, “e com as propinas, oitenta”; a classe alta, por fim, era raríssima na cidade. Nesse meio, os donos de paredões estavam em algum lugar entre a classe média e a classe média alta. Alguns aparelhos, inclusive, eram mais caros que os próprios automóveis. O paredão do filho do dono da loja em que trabalhava, por exemplo, precisava até de um gerador para funcionar.

Adalberto e Vinho, muito incipientemente no início das minhas incursões no campo, deram em nossos encontros, não intencionalmente, três coisas que me auxiliariam na reconstrução de aspectos centrais do fenômeno do som automotivo em Alagoas: 1) os paredões tinham sua história imbricada com uma indústria de equipamentos dependente do conhecimento perito de parte dos seus usuários; 2) entre estes, o virtuosismo técnico era um objeto de posicionamento em escalas de prestígio social; 3) os usos e práticas de escuta, de distinções de frequências sonoras, e a própria diversão eram objetos de divisões morais, estéticas e de classe quanto a modos de ser, viver e se expressar através do consumo de bens simbólicos; 4) essas divisões morais compreendiam a sociedade mais abrangente e estavam no cerne das tensões socioespaciais nas cidade alagoanas.

Esse fio condutor, seguido através de interlocuções com outros *amantes* de áudio, proprietários de sons e incursões em festas e eventos, precisaria ainda atravessar outros corredores e esquinas para conduzir a algum lugar. Assim como Vinho, muitos interlocutores davam poucos vestígios da história dos paredões. Tinha dificuldade em lembrar datas e acontecimentos de que participaram e de estabelecer relações entre suas experiências de vida e

a história coletiva quando indagados a respeito do ano de aparecimento de equipamentos, personagens, formas e lugares de usos. Mantinham respostas bastante ensimesmadas. De organizadores de competições de som famosos no estado, passando por proprietários de paredões e técnicos, tudo era muito mais mediado pelo automatismo das experiências que por uma objetivação, simples que fosse, de eventos pregressos.

O som automotivo, não só em Alagoas, mas no Brasil, quase não tinha sua história contada. Com isso, ainda no mestrado, menos sistematicamente, precisei virar uma espécie de aficionado. De tipo diferente, é claro. Não falo aqui de me tornar um nativo, mas de me “aficionar” pela linguagem da engenharia sonora, das formas de classificação técnico-estéticas, divisões e tipos humanos construídos ao longo do tempo pelos personagens dessas práticas. Para tanto, a internet, e nela, especialmente, redes sociais como o Facebook, Youtube e Instagram; fóruns de discussão regionais e nacionais; e tutoriais de montagem de equipamentos que abundavam no mundo virtual em torno da ideia vaga que eu tinha de som automotivo parecia um lugar privilegiado para me auxiliar. Ela o fazia tanto na compreensão do universo linguístico que servia de entrada para as práticas, expresso pelos próprios atores em discussões, vídeos, imagens, infográficos, quanto para alargar espaço-temporalmente o acesso a fontes de informação que pudessem me fazer retratar os processos por meio dos quais o som automotivo se tornou um fenômeno cultural socialmente relevante.

O que eu descobriria, entretanto, era que esses espaços virtuais se tornaram, progressivamente nas últimas 3 décadas, formas de coordenação, integração e solidariedade social entre *amantes* de som constitutivas das práticas de diversão e das lógicas socioespaciais de ocupação dos espaços urbanos. Sem esses caminhos que me levaram à descoberta dessa dimensão sociotécnica, não poderia remontar o encadeamento de fatos que procuro agora relatar.

### 3.2 “FALANDO GREGO”: DO SQ AO SPL-TRIO

Quando falar de som automotivo daqui em diante, devo me referir ao universo de sociabilidades técnicas, competitivas e festivas surgidas na década de 1990 a partir da obsessão de jovens homens de classe média de capitais e polos urbanos de várias regiões do país no

aprimoramento progressivo, em direções específicas que procurarei definir à frente (o SQ, o SPL e o SPL-Trio), de sistemas sonoros e ambiências de espetáculo construídas nos interiores de automóveis.

Neste capítulo, pretendo tratar, mais especificamente, de dois amplos contextos socioculturais diferentes recortados por mim que estabeleceram num passado recente largas fronteiras entre tendências técnico-estéticas no som automotivo. Para tanto, chamo a atenção para a difusão do SQ – Sound Qualit nas regiões Sudeste, Sul e Centro-Oeste na década de 1990; e do Trio na região Nordeste, fundida ao SPL – Sound Pressure Level, mais perceptivelmente a partir dos anos 2000. Ambos me ajudarão aqui tão somente, por contraste, a caracterizar alguns aspectos dos processos que deram origem a esse objeto contencioso que se tornou o som automotivo no Nordeste, particularmente em Alagoas.

Mesmo com material historiográfico bastante disperso e assistemático sobre o tema no Brasil<sup>10</sup>, posso falar com segurança que a *paixão por som automotivo*, como costumam se referir os aficionados sobre sua relação intensamente incomum com esses aparelhos, só tomou corpo mesmo no país no início dos anos 1990. Foi quando o interesse de profissionais e amadores por áudio, acústica e eletrônica se deu de encontro com inovações tecnológicas marcantes e a maior facilidade de aquisição de informação e produtos importados. À chegada da mídia digital no país através do CD, que, em relação à fita cassete, constituiu não só um salto de qualidade sonora, mas de dinamismo na operacionalização dos players, somou-se a abertura ao mercado global conduzida pelo Presidente Fernando Collor de Melo a partir de 1990, tornando mais diversos e acessíveis produtos cuja base tecnológica se assentava cada vez mais na microeletrônica. Sob essas condições mais gerais, alguns jovens mais endinheirados de várias capitais do país ganharam combustível para alimentar seu interesse bastante incomum por áudio e, especialmente, por som automotivo, embora ainda estivessem presos a limitações consideráveis de acesso e importação.

No contexto de acesso diferenciado ao consumo de bens materiais e simbólicos das últimas cinco décadas (DOMINGUES, 2009; SOUZA, 2018, POCHMANN, 2014; SOUZA,

---

<sup>10</sup>Tentativas sumárias de reconstrução da história do som automotivo por revistas e promotoras de eventos (MTMBRASIL, 2020; 2020; AUTOSOM, 2002); fóruns com experiências de pessoas que viveram a época dos primeiros eventos que reuniam amantes de som automotivo (AUTOFORUM, 2013); vídeos e entrevistas disponíveis no Youtube e outras páginas (CHIKIMSOM, 2018; REVISTAAUTOMOTIVO, 2013).

2019; SANTOS, 2015), no qual o “carro novo” se tornou uma forma especialmente significativa de bem posicional na sociedade brasileira<sup>11</sup>, o automóvel se constituiu ao mesmo tempo em propriedade de um estilo de vida comum à parcela privilegiada da população e, para alguns desta, objeto magnetizador de práticas com forte apelo identitário, como é o caso do som automotivo.

Nas minhas incursões iniciais nos grupos virtuais em busca de melhorar minha gramática nativa sobre o universo do áudio, um caráter identitário forte, traduzido por muitos *amantes* como *paixão*, ou *vício*, se expressava através do tempo investido em avaliar marcas de equipamentos, descrever processos de montagem, projetar o som ideal e, claro, tomar partido em discussões longas e acaloradas com outros membros. Alguns deles demonstraram esse papel importante do som automotivo para sua identidade pessoal e social, fornecendo a experiência viva de *tempos mais difíceis* para os jovens *amantes* de som da atualidade quando, décadas atrás, a tecnologia era menos desenvolvida e acessível até mesmo para alguns setores mais abastados.

Em um fórum do qual participava *amantes* dos eixos Sudeste-Centro-Oeste e Sudeste-Sul (AUTOFORUM, 2013), homens de meia idade contavam como nos idos dos anos 90 gastavam suas energias mentais e dinheiro para emular arranjos sonoros sofisticados de aficionados estrangeiros em seus veículos, uma prática que atravessaria suas trajetórias ao longo das décadas. O tópico dessa discussão se abriu com o pedido de colaboração dos colegas mais antigos “para conhecer e entender melhor como se fazia, antigamente, para ter um carro perfeito, sem os recursos que temos hoje”. A inspiração era o “Buick do Richard Clark”, um aficionado estado-unidense que nunca perdera um campeonato de qualidade sonora<sup>12</sup> sequer, dizia.

---

<sup>11</sup> Tanto que sua “popularização”, após os anos 2000, se transformou em objeto de investigação do marketing, quando se atentou para a lacuna que se formara sobre o consumo das classes populares, particularmente o de automóveis (FERREIRA, 2017).

<sup>12</sup> Logo o que isso representa ficará claro.

Figura 1 - Buick de Richard Clarke



Fonte: <https://autoforum.com.br/topic/191318-sq-antigamente/>

Figura 2 - Painel do Buick mirando o console



Fonte: <https://autoforum.com.br/topic/191318-sq-antigamente/>

Figura 3 - Painel do Buick orbitado por 4 alto-falantes em cada extremidade



Fonte: <https://autoforum.com.br/topic/191318-sq-antigamente/>

Uma das respostas traduzia de forma bem-humorada para os membros do fórum mais jovens os anseios particulares de um aficionado por som antigamente em ter um equipamento pelo menos à sombra do Buick:

sempre quis colocar algum sub [alto-falante que reproduz frequências graves] no painel!

tinha um Monza que tinha um de 6" em [polegadas] cada porta, um de 5" em canal central do console, um de 5" no teto

e nada atrás! !! para os passageiros no banco traseiro, tinha dois 4x5 no vão do encosto de cabeça fazado da gm. hahahhahahha

e dois subs de 12" up grade e mais 14 cornetas [alto-falante que reproduz frequências médias] na mala quando abria a mala eu levantava uma caixa presa com dobradiça e ficava as 14 cornetas apontadas p tras!!! hahahhabab

mas essas tinha um botao tic tac p desligar!! hahahah modulos estetsom [amplificadores de som] um azul de 2200 watts azul e infinit 2040 rochinho

enviado do S3 do único hetero HOMEM do fórum (AUTOFORUM, 2013)

Competições internacionais, ídolos, sons modelos. Bastante concentrado na questão no Nordeste e de Alagoas, notei, lendo fóruns como esse, que o som automotivo existia há mais tempo do que imaginava. Havia conseguido traçar eventos no Nordeste até os anos 2000 e não fazia ideia de como isso funcionava mais para o sul do país. Os fóruns não me deixariam esquecer a importância de abordá-lo, sob pena de perder parte importante do que vinha investigando em Alagoas.

Em meados da década de 1990, grandes organizadoras norte-americanas de campeonatos de som automotivo, a IASCA - International AutoSound Challenge Association, em 1994, e a USAC - United States Autosound Competition, em 1996, passaram a promover eventos em cidades do Rio Grande do Sul, São Paulo e Brasília. A IASCA, sobre a qual me deterei aqui por seu pioneirismo e influência, já atuava nos Estados Unidos desde 1987. Criada por fabricantes de equipamentos preocupados em desenvolver um mercado de peças e serviços que se adaptava à demanda especial de profissionais e aficionados por áudio, a associação

pensava integrar *amantes*, fabricantes e lojistas em eventos de competição de som automotivo. Em 1994, fabricantes de equipamentos de áudio automotivo no Brasil que cresciam no embalo da mudança nos padrões tecnológicos e na maior facilidade de acesso, Arlen, Bravox, Novik e Selenium, resolveram tomar iniciativa semelhante e estenderam as atividades da IASCA, já operando em outros países, para o território nacional.

o objetivo de criar eventos de projeção internacional atraindo admiradores de sistemas de som automotivo e público em geral. Com a filiação do Brasil junto a IASCA, cria-se um canal de troca de tecnologia na elaboração de competições justas e não tendenciosas por um órgão independente (AUTOSOM, 2002).

Fabricantes, lojistas e agentes comerciais percebiam ser aquele ano de 1994 o momento certo para integrar profissionalmente uma miríade de aficionados e competidores que frequentavam encontros de som automotivo em diversas cidades dos eixos Sudeste-Centro-oeste e Sudeste-Sul. São muito raros registros desses encontros, mais a própria IASCA o denuncia, garantindo “competições justas e não tendenciosas” que fervilhavam na época. Em 1995, finalmente, a associação teria sua primeira competição realizada no Rio Grande do Sul, de onde viria muitas outras não registradas para além de curtas citações em conversas e discussões nos fóruns.

O crescimento da demanda pela organização de eventos e profissionalização das competições também era prospectado pelo mercado editorial como uma oportunidade para explorar um filão que se abriria através da iniciativa pioneira da revista *Áudio Car*, a primeira revista nacional a se dedicar exclusivamente ao som automotivo no Brasil. Antes dela, havia em circulação revistas de conteúdo mais geral, seja sobre carros, seja sobre áudio. No caso deste último, a revista *Áudio News*, que dois-três anos antes fora lançada, misturava apresentação de lançamentos do mercado de áudio em geral, informação sobre novas tecnologias, brindes e matérias sobre Jazz, MPB e Rock. A *Áudio Car* tomaria muitos desses elementos, mas teria como público principal o microcosmo de aficionados que se formara em torno das inovações que impulsionavam o desenvolvimento do som automotivo e o circuito internacional da IASCA. Depois dela, muitas outras surgiriam com tempo relativamente longo de vida, como a *Auto Som*, *Car Driver*, *Car Stereo Tuning*, a *USAC News*.

Figura 4 - Número 44 da revista Áudio



Fonte: [https://produto.mercadolivre.com.br/MLB-1543565605-revista-audio-news-n-44-\\_JM#position=28&search\\_layout=stack&type=item&tracking\\_id=5091965d-cb5c-478f-ad6e-41b3401e98cc](https://produto.mercadolivre.com.br/MLB-1543565605-revista-audio-news-n-44-_JM#position=28&search_layout=stack&type=item&tracking_id=5091965d-cb5c-478f-ad6e-41b3401e98cc)

Figura 5 - Em seu primeiro número, a Audio Car trazia como matéria de capa Carlos Maraviglia, tetracampeão do torneio IASCA.



Fonte: <https://sebodomesias.com.br/revista/automobilistica/audio-car-ano-3-n-33.aspx>

Percebendo a existência de um mercado nacional de áudio dinamizado tanto pela facilidade de adquirir informação e produtos quanto a explosão de encontros e eventos amadores organizados pelo que Hennion (2011) chamaria, em sua pragmática do gosto, de coletividades reflexivamente construídas, a associação de fabricantes passou a fornecer modelos de competição, julgamento e premiação, ambicionando estendê-los para todo o Brasil (CARINFO, 2020; AUTOSOM, 2020; IASCAOFICIAL, 2016).

O SQ – Sound Qualit foi a primeira via para esse primeiro empreendimento sistemático de integração, identificação e coordenação de *amantes* de som automotivo em competições no país, concretizada, em grande monta, pela IASCA (MTMBRASIL, 2020; STETSON, 2014). A denominação SQ diz respeito à percepção pelos aficionados por áudio do arranjo de equipamentos de reprodução sonora – players, alto-falantes com diferentes potenciais de reprodução de frequências, diferentes modelos de caixas acústicas – segundo sua capacidade de reproduzir fielmente tanto as qualidades originais dos instrumentos, de que depende também a qualidade da mídia, quanto seu lugar de palco, sua posição espacial na propagação das ondas sonoras reproduzidas no interior do veículo. Para chegar a tanto, os *amantes* de SQ articulam conhecimentos gerais sobre música, engenharia acústica, elétrica e eletrônica com experimentos realizados em persistentes investidas nos mercados de peças e serviços convencionais ou naqueles surgidos para atender suas “necessidades especiais”. Quanto a isso, um *amante* do SQ, abrindo um tópico de discussão, pode falar melhor do que eu:

No ano passado quando adquiri, em novembro o Honda Civic, e percebi a bosta que era o som dele, resolvi reformular o som dele... pesquisando, descobri o mundo do som Automotivo SQ... No meu palio antes, eu tinha um som, aqueles som típico de recomendação das lojas de som... Módulo Stetsom CL500 [amplificador de potência], 6x9 [subwoofer] lá atrás, Bravox, sonzinho pionner... enfim... saia um som bacaninha, mas não era nada demais...

[...]

Já havia pensado em ver quem mais da OS [outerspace] gostava desse tipo de som automotivo, já que a maioria que monta som no carro gosta daquele típico som de Porta malas, com 6x9, Woofers gigantescos, cornetas [reproduz frequências de médio]...

Para quem não sabe, O som de Qualidade sonora, não tem graves em excesso, possui um som bem equilibrado, com muita definição sonora, sem embolar, sem distorcer.

O som geralmente não tem falantes na parte traseira do carro, apenas subgraves vindo de trás, o médio e agudo deve vir todo da frente.

O objetivo é criar um palco dentro do carro, a voz do cantor sai na sua frente como se ele estivesse ali, é estranho falando assim, mas quando você entra em um sistema bem montado, você entende o que eu estou falando...

Quando você entra em um sistema sem T.A ( alinhamento de tempo ), o som parece só sair do seu lado, mas quando entra em um sistema devidamente acertado no T.A, o palco se cria bem na sua frente...

Quando montei o som, fui enganado, me venderam um Sub da bomber por 300 paus, que não valia 100 conto... Vendi por R\$70,00 depois... Peguei um Módulo da Soundigital, que parece que não existia frequencias acima de 6khz nessa bomba, comia todo os agudos e um Kit da NAR Série 3 de kevlar, que me custou o olho da cara, tocava bem, mas exisita opções melhores por preço menor até... (custou R\$500,00 )

Hoje, depois de muita pesquisa e aprimoramento no som, e muita grana consegui montar o seguinte:

- Head Unit: Clarion DZX786
- Amp: Gladen Mosconi 120.4
- Amp2: JVC 7700
- RCA Technoise TZ
- Cabo Speaker Chord Leyline
- Midbass: Scan-Speak Discovery 7" 18w 4434G00
- Tweeter: Morel Mdt30-S 1,67"
- Subwoofer NAR 1222 250w. (OUTERSPACE, 2013)

Foi sob esse conjunto de princípios dominantes de avaliação mútua entre aficionados, os quais tiveram muitos elementos importados dos Estados Unidos, que o SQ ganhou mais adeptos no início da década de 1990, impulsionando sociabilidades competitivas que ainda sobrevivem hoje à aludida invasão do “som de porta-malas”, do que logo irei falar.

As competições em torno do SQ tiveram vários desdobramentos. Entre eles, destaco o papel da IASCA para o fornecimento de um modelo profissional de organização de eventos. A empresa serviu de referência para outras empresas organizadoras, como a MTM Brasil, a versão brasileira da World Automotive Sound Championship, outra organização internacional de promoção de competições que acabou suplantando a precursora nas regiões em que atuava no

Brasil, e diversas outras iniciativas regionais. Ambas, entretanto, não encontraram muita receptividade no Nordeste.

Uma razão forte para tanto foi que à viabilidade do mercado de competições subjazia, entre outras coisas, o compartilhamento de padrões técnico-estéticos formulados objetivamente pelas regras dos eventos que refletia, pelo menos entre a maior parte das regiões Sudeste, Sul e Centro-Oeste, distinções culturais nítidas: o SQ e SPL-Trio. Gostaria de chamar a atenção para outro contexto de competições sob o qual subjaz um tipo diferente de configuração técnico-sonora e estética. Tendo o Nordeste como protagonista neste trabalho, embora não se possa dizer, com certeza, que foi o lugar de sua criação, não só causou tensões internas com formas de percepção do som automotivo como o SQ, mas, ganhando notoriedade na sociedade mais abrangente, perturbou, de forma significativa, aspectos relevantes da ordem sociourbana em muitas cidades nordestinas.

Também na primeira metade dos anos 1990 começou a tomar forma em várias capitais do Nordeste sociabilidades que giravam em torno de um conceito diferente de som automotivo e que constituiria a matriz de práticas competitivas e festivas diversas, até opostas, diriam alguns, ao SQ. Falo aqui do que se convencionou chamar de sistema TRIO, uma configuração técnico-sonora e estética cujo princípio de arranjo e montagem dos equipamentos, materializados em seus projetos para fora dos veículos, é a animação de uma festa, a emulação da atmosfera de um show artístico sob o comando, como um DJ, do proprietário e, por vezes, dos participantes. Em relação ao SQ, o som TRIO criou no interior do grupo mais abrangente de *amantes* de som automotivo no Brasil a divisão simbólica entre som interno e externo, por vezes marcando divisões sociais práticas de gosto entre pessoas e regiões, operando durante um tempo a oposição entre Sudeste e Nordeste. Isso fica claro numa entrevista realizada por uma página especializada em som automotivo com criador de uma comunidade do extinto Orkut exclusiva sobre sistema de som TRIO.

**Quando começou a ideia de fazer uma comunidade voltada para o público do Som Automotivo (Sistema Trio Elétrico)?**

Eu participava de outra Comunidade virtual (Som Automotivo SP) que era voltada pra Som Automotivo no Geral (SPL, SQ, Trio, etc..) inclusive com realizações de Encontros em SP, porém percebia que tanto no fórum como nos encontros, TRIO era o “patinho feio” da turma, e às vezes até motivo de

chacota, pelo fato da maioria dos membros serem adeptos ao SPL e SQ. Daí, então, percebi que no ORKUT não tinha nada em específico voltado pra TRIO, surgindo a ideia de criar a Comunidade!

[...]

**Onde a comunidade tem maior abrangência?**

Posso afirmar que 70% de nossos membros ativos, são da Região Nordeste, já que lá o uso de Sistema Trio Elétrico é muito maior, devido à quantidade de locais para a galera utilizar os sons e também devido à quantidade de Equipadoras especializadas em STE! (SOMAUTOMOTIVOBASIL, 2013)

O modelo de som automotivo que ganharia o gosto dos *amantes* nordestinos surgiu em Fortaleza, na percepção do reconhecido *mestre* e “pai do som automotivo” na região, Tico Som. *Mestre* é um título de reconhecimento conferido a inventores de novos equipamentos por *amantes* do som automotivo. Em entrevista disponível na plataforma de vídeos Youtube (CHIKIMSOM, 2018), Tico conta que o sistema Trio se desenvolveu através da relação entre inventividade técnica – um talento seu, mas requerido pelas dinâmicas de melhoramento permanente do som automotivo –, trocas de percepções entre ele e outros montadores conhecidos, como Euclides, que também faz parte do panteão de criadores (CHIKIMSOM, 2017), e uma clientela de jovens de frações da classe média cearense ávidos por ocuparem os vastos parques naturais de lazer da capital.

Criado em uma família com intimidade com o áudio, na qual um dos irmãos era engenheiro eletrônico e fabricava amplificadores, desenvolveu, desde a infância, o costume de “devorar” revistas de eletrônica. Tico trabalhou em outros ramos, mas sempre manteve a *paixão* por som automotivo, consertando o som de amigos. Foi em 1988, quando teve a oportunidade de comprar uma pequena eletrônica, onde, progressivamente, passou a *montar* som de carro, que se viu completamente envolvido pela atividade. Nesse momento, passou então a “colocar as unhas para o lado de fora”, como disse, e a projetar novos equipamentos.

Em 1992, talvez ainda sob o domínio do SQ entre os aficionados, Tico criou caixas acústicas para o porta-malas, de onde partiria um conjunto de novas invenções que, se não definiria no todo, contribuiria em muito para a configuração dos sistemas de porta-malas atuais. O sistema de porta-malas se configura hoje naqueles aparelhos de reprodução sonora montados em racks planejados especialmente para acomodar som, luzes de ambientação e outros elementos estéticos desejados pelo usuário direcionados para o lado de trás dos veículos. O

“som de mala”, como é mais conhecido, é por isso um equipamento móvel, algumas vezes retrátil, sendo o bastante abrir o porta-malas para colocá-lo para tocar. Sua invenção tomou essa forma atual entre 2001 e 2003, Tico não lembrava bem, embora nunca tenha deixado de evoluir.

Figura 6 - Sistema de porta-malas com iluminação



Fonte: Instagram SAA - Som automotivo Alagoas. <<https://www.instagram.com/p/BCGHkwi0v5>>

Um dos princípios dessa evolução constante é sua orientação para o aumento da pressão sonora. O desenvolvimento do som TRIO no Nordeste se deu sempre em flerte com outra configuração técnico-sonora e estética trazida de fora – desenvolvida mais tardiamente ainda na década de 1990 – e adotado no Brasil, com proeminência na região Sudeste, mas que não se ajustava perfeitamente às necessidades daqueles que o cultivavam. O SPL, Sound Pressure Level, é um modelo de som automotivo cujo princípio de arranjo e configuração dos equipamentos busca níveis cada vez maiores de pressão sonora. Uma competição de SPL consiste numa aferição abstrata do poder do sistema sonoro através da quantidade de decibéis emitidos. Tradicionalmente uma modalidade de som interno que, muitas vezes, prescindia de músicas para sua avaliação, valendo-se apenas da emissão de frequências, o SPL se fundiu ao som TRIO capturado por uma figuração social distinta que os moldou conforme particularidades estéticas regionais, como o forró e sua acentuação de frequência médias, e a

crescente importância dos parques naturais de lazer e cultura para a economia, cultura e política das capitais e interiores nordestinos (FARIAS, 2005; 2011).

Não demoraria muito para surgir, alguns anos depois, seguindo essa tendência evolutiva, os paredões de som. Paredões de som são sistemas sonoros monolíticos carregados por reboques de automóveis que se cristalizaram no imaginário popular como parte do estilo de vida de frações da classe média urbana em muitas cidades nordestinas. Constituído por meio do arranjo funcional e estético de aparelhos de reprodução sonora – entre subwoofers, woofers, drivers e twiters – e de alinhamento, alimentação e potencialização do som – como processadores, geradores de energia e módulos de amplificação –, muito conhecidos por infernizarem, com seu apelo superlativo à festa, áreas residenciais urbanas, viriam a se tornar mais tarde a realização, se não técnica, pelo menos social e cultural mais expressiva da associação TRIO-SPL. Tico Som também é reconhecido por estar na linha de frente da sua criação em Fortaleza (REVISTAAUTOMOTIVO, 2013). Não é, entretanto, uma preocupação minha determinar sua origem exata, mas assinalar que, surgido do entramado entre o microcosmo de aficionados e uma figuração mais abrangente de valorização de parques culturais e de lazer cujo significado deixarei ainda oculto, ganhou popularidade, nem sempre positiva, inédita entre os modelos de som automotivo existentes no Brasil.

Figura 7 - Paredão Chapolin



Fonte: Instagram SAA - Som automotivo Alagoas. <<https://www.instagram.com/p/-T1m59i0m8>>

Figura 8 - Paredão Carreta Moça Flor exibindo-se em Arapiraca/AL em registro publicado no Youtube



Fonte: Youtube <[https://www.youtube.com/watch?v=mubjs\\_hoCu8](https://www.youtube.com/watch?v=mubjs_hoCu8)>

Assim como nas regiões sul, sudeste e centro-oeste, fervilhavam pequenos encontros nas cidades nordestinas antes de iniciativas que procurassem integrar mais fortemente as

sociabilidades competitivas dos aficionados e o mercado de peças e serviços de som automotivo especializado no gosto próprio desses *amantes*. Papel semelhante ao que foi dado à IASCA acabou sendo exercido, no Nordeste, pela empresa dB Champions.

A dB Champions é uma organizadora de encontros e competições formada no ano de 2003 por dois jovens pernambucanos aficionados por sons automotivos. Acostumados a participar de torneios nas regiões Norte e Nordeste, apontaram na pequena história da empresa disponível no seu website como motivação para sua fundação a insatisfação com o padrão dos eventos até então existentes. A motivação dizia respeito, especificamente, ao fato de as competições vigentes à época copiarem modelos do sul e sudeste do país, onde os padrões culturais, como “música, estilo, gosto” (dB CHAMPIONS, 2016), impunham formas de avaliação arbitrárias à diversidade cultural do Nordeste. A empresa se formara a partir da autopercepção de seus criadores como aficionados por som automotivo.

“No início os eventos eram realizados sem muita pretensão, porém tomou proporções que o caminho do profissionalismo foi irreversível” (dB CHAMPIONS, 2016). A partir de 2010, ficou perceptível o crescimento da empresa, quando os eventos se estenderam a vários estados da região Norte-Nordeste. A enorme demanda listada nos resumos de eventos organizados pela empresa em seu site deixa uma clara ideia do que seus idealizadores chamaram de caminho irreversível do profissionalismo. Foram 109 eventos reportados desde 2010 em estados como Amapá, Pará, Maranhão, Ceará, Rio Grande do Norte, Paraíba, Pernambuco, Alagoas, Sergipe, Bahia, Piauí. Até dezembro de 2019, pouco antes do isolamento social provocado pela pandemia do Coronavírus, a atividade se estendia a muitos desses estados. Em Alagoas, especialmente, a dB Champions reportou competições em Atalaia, Taquarana, Coruripe, União dos Palmares, Maragogi, Messias, Arapiraca, São Miguel dos Campos, Campo Alegre, todas do interior do estado.

Esses eventos atendiam a demanda crescente ao longo da última década por organização, medição e homologação de resultados de competições que tinham o sistema SPL-Trio como princípio técnico-estético subjacente. Sumariamente, nesse modelo de disputas o objetivo dos competidores era atingir a maior pontuação possível em decibéis<sup>13</sup>, meio pelo qual

---

<sup>13</sup> Unidade de medida que serve de escala para medir a intensidade sonora.

seria provado objetivamente através de um corpo de juízes técnicos e de instrumentos de medição a superioridade de um equipamento sobre outro.

Em qualquer edição do evento, onde quer que seja, deveria se estabelecer e se quebrar os recordes colocados nas edições anteriores, integrando os participantes em uma rede de relações de competição ampliada de caráter esportivo. Para isso, era estabelecido um ranking com os recordes dos participantes em seu site, dividindo-o por categorias numa gradação entre competidores sem preparação para campeonato (dB1), os levemente preparados (dB2), e aqueles mais bem preparados (dB3).

O último elemento dessa linguagem competitiva no Nordeste eram as equipes. Homologamente mais próximas às equipes de gincana que às do automobilismo, as equipes de som automotivo eram formadas por grupos de amigos, fraternidades e algumas relações comerciais entre proprietários de som e instaladoras que, juntos, cooperavam entre si para fornecer recursos, suporte logístico, segurança e companhia nas disputas por troféus. Mais ou menos formalizadas, podendo ser apenas uma camisa estampada ou uma organização registrada em associações regionais do setor, as equipes ainda hoje desempenham papel importante, mesmo com o surgimento dos *rachas*.

Esse tipo de competição esportiva realizada através de instrumentos seria, mais tarde, suplantado, embora não por completo, pelos *rachas de som* no contexto da periferização do som automotivo, uma nova modalidade de disputas mais livre de instrumentação e dependente do julgamento do público. Introduzirei o leitor aos *rachas* mais é frente. Por ora, é importante deixar claro o papel da dB Champions para a profissionalização dos eventos no Nordeste, mais propriamente em Alagoas. Após muitas realizações junto com produtores de eventos locais, a empresa ganhou concorrentes no estado, mais expressivamente a V8 Produções e Eventos, de Arapiraca, segunda maior cidade de Alagoas, que passou a atuar nas regiões agreste, sertão e faixa litorânea. Seu legado tornaria, como veremos, Alagoas mais autônoma em relação à dependência de empresas de fora do estado para certificar competições e acirrar disputas internas pela conquista de espaço e público.

Enfim, o SPL-Trio é o universo particular de percepções, valores, práticas e usos de equipamentos que configuraram disputas mais ou menos organizadas entre aficionados no Nordeste. Funcionam como princípios amplamente difundidos de visão e divisão estético-

sonoras e sociais dentro de um espaço mais abrangente de práticas e estilos de som automotivo. Nordeste e “Sul” assumem comumente as mesmas correspondências, embora com valores trocados, quando se toma o ponto de vista da maioria que gosta de SQ sobre Trio, e vice-versa. Há uma reciprocidade de perspectivas que em alguns momentos se torna muito evidente, sobretudo naqueles de exposição das repulsas e afinidades. “Isso é mais para o sul”; “isso é mais para o Nordeste”. Acontece o mesmo entre o SPL e Trio. O sul gosta de pressão sonora nos graves; o Nordeste nos médios. Isso não impede, entretanto, que alguém se identifique com o “sul” no Nordeste, e com o Nordeste no sul.

Conjunto de práticas concentradas na superlativização, no incremento progressivo de pressão sonora, o SPL-Trio é o primeiro passo para se compreender o porquê de o som automotivo ter virado alvo privilegiado de acusações de perturbação pública em Alagoas. O segundo diz respeito às práticas diversionais que inserem o universo particular dos aficionados num estilo de vida festeiro, e este no tecido mais extenso da vida cultural das cidades.

### 3.3 CLASSE, PAIXÃO E ESTILO DE VIDA

Alguns trabalhos se tornaram conscientes do papel cultural que o som automotivo, e os paredões, sobretudo, passaram a desempenhar no Nordeste, embora muitos o tenham feito de maneira transversal, tendo variantes históricas do forró, a masculinidade e alguns aspectos dos estilos de vida que representam como objeto principal de suas investigações. Mesmo assim, eles ajudam a dar contorno a aspectos importantes do fenômeno.

O forró eletrônico, como Tico Som mesmo ressaltou, foi uma referência musical de destaque na modelação da configuração técnico-sonora e estética do som automotivo em Fortaleza, bem como, digo eu, em seu início, na maioria das capitais nordestinas. Já em 2012, Hebenbrock (p. 94) observava que o forró eletrônico na capital cearense reservava aos paredões espaço especial entre as temáticas hegemônicas de suas letras, realizando, sob a tríade festa, amor e sexo, dominante nos conteúdos, a sub-tríade festa, automóvel e aparelhagem de som.

Na mesma época, Trotta, procurando traçar as mutações sociais e estéticas por que passou a tradição do forró no processo de modernização e sua relação com novas expressões da masculinidade, considerou os paredões figuras marcantes da conversão de suas origens rurais para as paisagens urbanas. Sucesso ainda hoje não só no Nordeste, mas em todo o país através

do trabalho de bandas como Aviões e Wesley Safadão, o forró eletrônico surgiu na década de 1990 como resultado de um processo de transformação dos componentes tradicionais da sonoridade do forró cristalizados como modelo pelo sucesso da obra de Luiz Gonzaga no mercado nacional, caracterizado pelo amálgama com outros estilos, entre eles o sertanejo, e pela progressiva diminuição do papel da sanfona como principal marcador de estilo. O sentido dessa transformação foi a atenção de produtores de bens simbólicos à demanda cada vez mais jovem e urbana atraída pela modernização de instrumentos, arranjos e temáticas dominantes nas letras das músicas.

O sucesso do forró eletrônico operou na tradição do forró uma conversão dos valores antes centrados no mundo rural para o mundo urbano, absorvendo a dinâmica dos estilos de vida e das características do público consumidor das cidades. Paredões, não só aparelhos monumentais de reprodução sonora, mas também modelos de sociabilidade e de diversão musical, representam uma particularidade desse processo de modernização da música regional promovido pelas indústrias culturais através da prospecção do gosto e das práticas de públicos urbanos juvenis, muitos dos quais oriundos das classes médias das cidades nordestinas.

Também Costa, em 2014, ainda se detendo sobre o imaginário capturado, explorado e recriado pelas letras de forró eletrônico, observou que

Sincrônico ao tema do ‘paredão de som’, é importante realçar também seus artifícios simbióticos, isto é, farras, conquistas amorosas, aquisição de bebidas alcoólicas em postos de gasolina, cabarés (bordéis) e, estrategicamente, a autopromoção das bandas de forró. Esses temas, produzidos para um público numericamente dilatado, são condicionados ‘pelo’ e condicionantes ‘do’ contexto musical dominante. Assim, dentre os lamentos amorosos, a exaltação da virilidade (expressa pelo típico homem namorador e festeiro), a própria valorização do forró como espaço distintivo de diversão; o incentivo ao consumo de bebidas alcoólicas, a busca incessante por acometidas sexuais e a apologia a determinados padrões de consumo e muitas letras de forró eletrônico, atualmente em sucesso, veiculam uma concepção de mundo que cria, até certo ponto distante de qualquer hedonismo, também certos valores e representações sociais (COSTA, p. 94).

Essas práticas de diversão juvenil representam uma continuidade dos significados mais profundos que a tradição musical mantinha com o imaginário do ser nordestino. Em Alagoas, canções como Balada do Vaqueiro, “Mandei lavar meu carro, regular meu paredão/Separei

meus cavalos, quarto de milha, alazão”, do forrozeiro Mano Walter, mistura aspectos do mundo rural e da virilidade do homem do campo ao da cultura de consumo das cidades. Representa muitos interiores do estado como cidades de urbanização recente, intensificada nos anos 1990, fazendo do imaginário do consumo urbano a referência para a construção identitária dos jovens.

O forró foi matéria ativa da construção de uma identidade nordestina pautada em atributos de masculinidade cuja modernização técnico-estética pouco alterou, transferindo valores de “macheza” para a esfera de significado do urbano. “Energia, força e poder compartilham o mesmo campo semântico quando ligados ao mundo do macho viril, que tanto no baile rural quanto no “posto” [de gasolina] deve demonstrar sua masculinidade”, ressaltou Trotta (2012, p. 166).

Contribuições sem dúvida valiosas para desvelar o “fenômeno” dos paredões, esses trabalhos deixam intocada, além da relativa autonomia do universo competitivo, uma dimensão que considero fundamental para a definição das tramas sociais que os tornaram tão (im)populares. O som automotivo, em todas as suas distintas manifestações apresentadas, e os paredões, particularmente, como expressão mais acabada do sistema TRIO no Nordeste, são objetos de um agudo senso de estilização e, mais ainda, de personalização de objetos, movido pelo argumento nativo onipresente da *paixão*.

O som automotivo é parte de um universo maior de práticas de modificação e personalização de automóveis. Os encontros e competições de som também envolvem os *amantes do tuning*, dos *rebaixados* e das motocicletas. É o que os aficionados chamam de tribos, pessoas que se relacionam em torno desses objetos de fixação que poderia descrever, em alguns casos, como obsessiva. Cada um tem a sua. Pode ter mais de uma, mas normalmente existe aquela que toca mais o coração.

O *tuning* é a personalização de automóveis através da alteração de características de série dos carros para que assumam, por meio da modificação de pneus, suspensão, carenagem, bancos, painel, motor, a personalidade dos seus donos. A colocação de *rodões*<sup>14</sup>, pintura e luzes de led adicionais de muitos carros que se vê hoje em dia é uma forma vulgarizada de *tuning*. Seus *amantes* são uma espécie de artesãos industriais capazes de remodelar os automóveis a sua imagem. Em Alagoas, o rebaixamento virou a principal forma de *tuning* nas competições

---

<sup>14</sup> Jantes diferenciadas nos pneus

em que se busca medir, de forma milimetricamente precisa, o grau de rebaixamento da suspensão dos veículos. Tanto a dB Champions quanto a V8 realizaram esse tipo de competição.

As motos também são objeto de modificação, assim como os automóveis, mas nos encontros em Alagoas as competições giram em torno das manobras executadas por diferentes categorias de cilindradas, ou seja, tamanho e potência da motocicleta.

Quem primeiro descreveu os grupos dessa forma foi Júnior Brasit, um famoso organizador de encontros de som automotivo em Alagoas. Famoso, primeiramente, porque apareceu duas ou três vezes na TV Gazeta de Alagoas anunciando, anos atrás, eventos de som automotivo que promovia. Brasit dominou, entre 2013 e 2017, a capital e partes do interior do estado no ramo das competições. Com o crescente enrijecimento de autoridades contra som automotivo, algo que deixarei para tratar no capítulo 5, o empresário também ficou conhecido por se tornar candidato a vereador de Maceió, em 2016, em defesa da juventude e dos aficionados na capital. Descobri ser um personagem renomado no meio entre 2018 e 2019 num grande grupo do Facebook chamado SAA – Som automotivo Alagoas, que publicou vários vídeos do Brasit em programas de TV ou chamando os *amantes* para protestar em carreatas. Tempos depois, não faltou quem me oferecesse seu número para contato. Já havíamos, no entanto, conversado e nos mantínhamos em diálogo.

Em um dos vídeos, Brasit anunciava sua participação em uma equipe de som automotivo da parte alta da capital chamada *Leões de Aço*. A equipe, com sede no bairro do Benedito Bentes, o maior bairro de periferia da capital, era uma espécie de associação recreativa que unia vários competidores dessas tribos para disputar prêmios com outras equipes da capital, de todo o estado e de fora. Agiam também em gincanas sociais para o arrecadamento de alimentos não perecíveis para populações carentes. Falarei mais dela em outro momento. No anúncio, Brasit dizia que formara a equipe para juntos obter conquistas para o som automotivo alagoano. Após algumas tentativas fracassadas através das redes, entrei em contato com um número disponível na página da equipe. Em 2019, Brasit nem estava mais lá, mas consegui seu número de Whatsapp.

Em sua confortável casa num bairro da parte alta de Maceió, o organizador de eventos, à época com 46 anos, de voz grave, alto e com cabelos brancos, contou, um pouco melancolicamente, que era empresário do setor sucroalcooleiro e decidiu, em 2011, para ter

outra possibilidade de negócio, entrar em “um mercado alternativo”. Montou uma loja de motos. O contexto era o acirramento da crise das usinas de álcool e açúcar no estado, que fechava muitas unidades. Desde o fim da década de 1980, a indústria sucroalcooleira, que sobrevivera até então através sob forte protecionismo estatal, começava, com a nova constituição de 1988, as reformas neoliberais e a abertura do comércio, a agonizar. Nos anos 2000 isso se acirrou, e levaria ao extremo entre 2012 e 2013, quando diversas usinas fecharam as portas e milhares de trabalhadores perderam o emprego no estado (CARVALHO, 2009, LIMA, 2014, BRANDÃO, 2018). A loja parecia então uma saída para se precaver contra a crise.

Foi à sua frente que se juntou ao grupo de motoqueiros que chamou de *tribo*. Participando de encontros e passeios coletivos, muitos dos quais envolvia também as *tribos* do *tuning*, do som automotivo e dos *rebaixados*, quando menos percebeu, disse, virara um *hobista apaixonado* por paredões. Vira também naquele momento uma oportunidade de estender o investimento naqueles negócios como sua principal fonte de renda.

Assim, a gente iniciou a loja de moto e eu não sabia que existia equipes de motos que faziam parte dessa tribo, aí envolvia carro rebaixado, envolvia as motos, envolvia os paredões e quando menos espera eu tava fazendo parte de toda essa tribo, mas como um hobista apaixonado, né. Eu sempre fui apaixonado... eh... comecei a querer... eh... promover campeonatos – N: sim – que campeonatos eram esses? Campeonatos de... o cara levava o som, os caras levavam motos, levavam os carros rebaixados, que são os carro tuning. Eu comecei a investir nesse projeto, comecei investir nesse projeto, e esse projeto me levou a vários, vários outros projetos ao ponto de querer criar uma associação.

Do ponto de vista de *amante* e empresário, esse mercado promissor se fundava nas milhares de pessoas em todo o estado, “do grande empresário ao mais humilde, do *hobista* ao não *hobista*”, cuja *paixão* por carro, moto e som não tinha limites. Na verdade, disse em outro momento, o limite era mesmo o dinheiro para levar o *hobby* caro à frente. Apenas alguns poucos empresários bem-sucedidos do ramo e de outros setores dos serviços alimentaram sua *paixão* para além dos limites da maioria, construindo equipamentos em caminhões estado afora. O caminho natural do *amante*, qualquer que fosse ele, era investir cada vez mais para aperfeiçoar

e potencializar os equipamentos, mas ficou claro que quem estabelecia essa fronteira eram alguns poucos figurões. O *hobismo*, particularmente no som automotivo, aparecia ali como coextensivo da expressão simbólica do poder de alguns *amantes* privilegiados sobre outros através do estilo de vida (BOURDIEU, 2007).

Vou tentar descrever um pouco melhor o que Brasit chamava de *paixão* por meio de outra cena do campo. Estava em Arapiraca, no agreste alagoano, em janeiro de 2020, para cobrir o Arapiraca Show Car, encontro de som automotivo organizado pela V8 Produções e Eventos. Ele traria para a conhecida “capital do interior” aficionados de toda Alagoas. Fiquei sabendo do evento através de uma interlocução, no mês de dezembro, com Henrique, presidente da *Leões de Aço*, que também estaria presente. Havia grande euforia quanto à chegada do encontro, que estava próximo. Seria mais uma chance de reunir praticamente todos os conhecidos do meio, assistir as disputas e ainda se divertir muito durante todo o dia, disse. Nesse clima de euforia, eu estava lá dois dias antes do acontecimento para fazer entrevistas com participantes.

Nasci em Arapiraca e parte da minha família ainda mora lá. Uma prima, sabendo do trabalho que realizava, havia indicado um conhecido de seu noivo para conversarmos. Era o Júnior bebidas. Júnior era um empresário de 43 anos que trabalhava com fornecimento de bebidas para eventos e serviços de publicidade com telões de led, que alugava para a divulgação do comércio local. Também alugava dois paredões dos três sons que possuía. Coincidentemente, ela seria o fornecedor de bebidas do evento que ocorreria logo no outro dia, como de costume nas produções da V8. Era amigo do dono, Ygor Paixão.

Entrei em contato com Júnior através do Whatsapp, marcamos numa conhecida praça da cidade, a Praça Ceci Cunha, considerada um centro de sociabilidades da juventude e da família arapiraquense. Era também uma espécie de lugar integrador de serviços de diversão, bares e restaurantes. Lá estava Júnior, na calçada, operando um telão de led para alguns bares que circundavam a praça. De camiseta, Bermuda e chinelo, ficava encostado em um carro do estacionamento fazendo e recebendo ligações, conversando e cumprimentando os conhecidos. Esse foi o cenário peculiar da nossa interlocução.

Júnior se definia como um *apaixonado* por som automotivo. Sempre que podia, acompanhava Ygor nos eventos da V8 em outras cidades para além de sua parceria comercial, até fora do estado, em Sergipe e Pernambuco. Ia para viver a experiência dos encontros e, às

vezes, para competir. Logo quando nos cumprimentamos, Júnior comentou, entusiasmado, que tinha negociado naquele mesmo dia um som de 16 mil. Com ele, agora eram três. Um desses, entretanto, seria negociado no dia seguinte, no Arapiraca Show Car, por 10 mil. Eram duas “paredinhas”, nome dado a equipamentos com 2 graves e 6 médios cada um, e um som mais compacto, também de dois graves e seis médios, que usava na carroceria da sua pick up e do qual nunca se desfaria. Era especial. Resultava de uma trajetória percorrida até ali para sua feitura que recobria camadas mais íntimas da sua história.

Desde criança, Júnior sonhava em ter um som. Era de origem simples, morava em um povoado próximo a Arapiraca. Aos 8 anos, já trabalhava em uma fábrica de doces populares de uma família conhecida. A essa época, a fábrica mudou-se para uma cidade do interior do estado de Sergipe, e o chamaram para lhes acompanhar, responsabilizando-se por sua proteção. Foi lá, lembra, aos 8-9 anos de idade, a primeira vez – e a mais marcante de todas –, em que vira um som automotivo e que sonhara ter um.

O primeiro som de carro, de mala, que eu vi foi lá. Na verdade, não era numa mala, era em cima de uma caminhonete. Aí, daí, eu comecei a gostar do rock (...) foi onde eu me apaixonei pelo som automotivo, foi em Propriá.

Esse som que vira Júnior ainda menino emulava muito mais um trio elétrico, famosos à época, do que um paredão, ainda inexistentes. A montagem de um som SPL-Trio, como já deixei claro, foi se fazendo ao longo da década de 1990. Júnior só teria algo parecido aos seus 23-24 anos, entre 2000 e 2001, quando comprou o seu primeiro carro, que definia como “o básico do básico do som”. Antes disso, lembra, apenas possuía equipamentos residenciais, comprados prontos em lojas convencionais. Seu primeiro som era *ratoeira*, um “som fraquinho”. Eram dois alto-falantes internos de 18” sub<sup>15</sup> da marca Vulcano; dois alto-falantes de 10” “do pior que existe na face da terra”; twiters de plástico; e cornetas “Caicó”, se referindo aos equipamentos usados nos carrinhos ambulantes de uma fábrica popular de picolés de

---

<sup>15</sup> Alto-falante que reproduz frequências muito baixas, entre 20 e 200 hertz.

Alagoas, o Picolé Caicó. Não tinha bateria. Não tinha crossover. Enfim, “era o básico do básico”.

Desde que montou seu primeiro som automotivo, porém, foram sucessivos investimentos, gastos e dívidas para chegar ao som ideal que ele mesmo considerava inalcançável. “Nunca está bom...”. Foi caminhando devagarinho. Trocou os alto-falantes de 10” por dois novos da Eros<sup>16</sup> de potência elétrica de 319 rms. Depois trocou o grave, que era de 500 rms para outros de 3000 cada um. Conseguiu colocar um crossover<sup>17</sup> analógico. Anos depois, conquistara novos degraus na escalada pelo som ideal. Já possuía graves “fodásticos”, quatro cornetas “boas” e dois drivers iti, usados para potencializar e dar mais qualidade ao som das cornetas. Desse para o que estava na época da nossa conversa, foram-se quatro anos mais. Orgulhava-se dos seus dois graves de 4.400 rsm cada um, quatro alto-falantes de 10” de 310 rms, seis cornetas e três ti 7169. Para alimentar os graves, possuía módulos de 8000 watts de potência; para os médios, um módulo de 1600 watts; as cornetas com ti e módulo, do qual não se lembrava de quanto. No caminho até chegar a esse resultado, “para eu ver o que era paixão”, ainda trocou uma moto, das três que tinha em casa, por um som que viu em uma equipadora para preencher o carro novo, um Celta que tinha adquirido junto com sua ex-esposa. Dois graves de 18”, quatro de 10” e seis cornetas... 6 mil reais. Tinha então dois carros com som, “e devendo, né?”. Mas daria uma parada, avisou. Precisava investir no carro, porque sem carro, onde colocaria o som? Questionou espirituosamente.

Figura 9 - O som “inegociável” de Júnior

---

<sup>16</sup> Conhecida marca de alto-falantes.

<sup>17</sup> Equipamento que distribui de maneira correta e equivalente as faixas de frequência para cada componente.



Foto: Nido Farias

Figura 10 - Júnior, do lado esquerdo, em frente ao seu carro e som



Foto: Nido Farias

Muitos outros *amantes* de som automotivo como Júnior tinha a história do seu som na ponta da língua. Era uma espécie de anedota obrigatória para um *apaixonado*. Com isso, a história do som fazia sobressair narrativas pessoais, gostos, escolhas creditadas como resultado de suas trajetórias pessoais. “Estava no sangue”, dizia Júnior. Apesar de formatados como sons

de mala, paredinhas e paredões, padrões técnico-estéticos cristalizados ao longo do desenvolvimento do SPL-Trio no Nordeste, o resultado de cada investida conservava margem considerável de escolha e criatividade que envolvia uma imagem-desejo inicial, como o sonho de infância de Júnior, a busca de um projetista que interpretasse e desse forma a sua vontade, decisões acerca de quais instaladoras contratar, dos equipamentos e marcas disponíveis a se utilizar, das cores, formas e outros elementos estéticos, evidenciando um marcante senso de personalização. Júnior, dessa mesma forma, comandou a execução da feitura, montagem e instalação do seu som através da rede de serviços que se montou em Arapiraca – entre projetistas, marceneiros, pintores, instaladores –, dando vazão, peça por peça, dívida após dívida, àquele sonho de garoto. Coisa semelhante devia acontecer com o “paredão do Mago”, o “paredão do Cleiton”, o “paredão do Bel”, o “paredão do Júnior”, outros tanto existentes em diferentes regiões do estado. Tratava-se de uma estilística alimentada através dos mercados de automóveis, acessórios, peças de som automotivo, encontros e festas que colocava como centro de gravidade os proprietários e a realização de seus *day dreams* com projetos de som futuros (CAMPBELL, 2001; FEATHERSTONE, 1995).

Mas os paredões também eram batizados com nome próprio: “Batom de Rapariga”, “Desmantelo”, “Paredão Tudo Puta”, “Laranjinha Nervosa”. Estes sinalizavam conexões maiores de significado que designavam um modo próprio de perceber, sentir e agir no mundo entre os *amantes* para além do cosmo das competições. É essa dimensão da festa mediada por uma masculinidade hedonista hegemônica, mais percebida e criticada em detrimento da obsessão técnico-estilística, de que tratarei agora.

### 3.4 FESTA, CACHAÇA E GAIA

Início da tarde domingo, avenida central do comércio de São Miguel dos Campos, ano de 2014. Num posto de gasolina bem próximo à esquina da rua do cemitério, cinco jovens, três garotos e duas garotas, de idade entre 20 e 25 anos, confraternizavam com um som de mala aberto em um dos dois automóveis da turma estacionados na área do estabelecimento. Neste dia, estava envolvido em algum afazer cotidiano, quando passei pela avenida, cheia de gente caminhando em direção aos bairros residenciais que a margeavam por todos os lados o posto

ou indo às igrejas. Era uma rua cobiçada não apenas pelas lojas, mas também pelas diversas congregações evangélicas que cresciam ano a ano na cidade desde que comecei a morar lá em 2010. Na época havia, pelo menos, 6 diferentes denominações.

O domingo, em toda a cidade, era fortemente marcado pelo tempo social que os cultos estabeleciam, seja no centro, seja nas periferias. Ao mesmo tempo, era também o dia mais agitado do lazer popular, dos sons nas calçadas, da bebedeira em casa e nos bares. Eram pregações nas igrejas – os hinos de louvor, as coisas de Deus –, e os bregas, arrochas, funks, tarraxinhas e forrós nos sons de bares e residências – as músicas do mundo, lembrava sempre uma amiga evangélica que me apresentara essa divisão simbólica, bastante útil, do lazer popular em São Miguel. Imediatamente à frente do posto, estava a popular rua do cemitério; mais para esquerda, o Canto do Saudade, bairro nobre e antigo; à direita, a rodoviária; atrás, o bairro humilde da maravilha. Foi nesse cenário, do qual, como cidadão anônimo, me peguei fazendo parte, que os jovens atraíam muita atenção de transeuntes, crianças dos bairros próximos, do vigia do fórum, logo na esquina, e de evangélicos revoltados com a “zoada” em curso para os seus cultos, um deles bastante perto do local, na Igreja quadrangular.

Latas de cerveja em cima do Golf de cor escura com a mala aberta, junto de uma garrafa de uísque Old Parr, manchando a tintura com círculos de água, energizavam os grupos de conversa que se formavam entre pares e trios. Enquanto em relação ao uísque bastava reabastecer o copo, o caso da cerveja, aparentemente preferida por dois dos garotos, motivou mais de uma ida de um deles à conveniência do posto para comprar mais gelada direto do freezer. A conveniência estava aberta, o que não é comum em cidades do interior como São Miguel, porque também havia uma sorveteria que servia, principalmente no fim da tarde, aos jovens das redondezas e muitos daqueles que pegavam o caminho para a praça matriz, para onde ia dar uma das extremidades da avenida. Gole atrás de gole, lata amassada atrás de lata amassada, os garotos começavam a ensaiar passos de forró, individualmente durante um tempo, tirando “resenhas” um com o outro. As meninas riam e instigavam. Mas todos pareciam ainda um pouco acanhados nesse sentido, embora, quanto às pessoas em geral, não achasse que houvesse qualquer sinal de vergonha quanto a estarem em um lugar de exibição pública privilegiado.

Pouco tempo depois, dois dos jovens, um garoto branco, cabelos curtos, sem camisa, de bermuda e chinelos, com a camisa branca apoiada sobre os ombros, e uma garota, de short

curto, blusa top colada ao corpo, cabelos lisos, começaram a entrar no clima. Enquanto os outros três conversavam, bebiam e escolhiam novas músicas para repertório, indo ao player dentro do carro para mudar, o casal começava a flertar mais intensamente agarrados dançando forró. Soltavam sorrisos e se encaravam enquanto os Aviões do Forró tocavam alto, fazendo vibrar as portas de metal dos comércios fechados na rua em frente ao posto, logo antes da esquina do fórum. Até que se beijaram, em meio ao vai e vem de pessoas e de uma plateia de bêbados e curiosos, eu inserido nesta última, que observava. A farra acabou ali no centro em pouco tempo, com a turma entrando nos carros e, provavelmente, indo curtir em outro lugar, pois ainda era cedo para acabar a festa.

Posto de gasolina, som *estourado*<sup>18</sup>, uísque White Horse, Old Parr ou Red Label, provas de força alcoólicas, aventuras amorosas. Essa cena bem poderia oferecer matéria para uma letra androcêntrica de um forró eletrônico.

parei o meu carrão  
lotado de menina  
liguei meu paredão  
no posto de gasolina (2x)

botei o cd  
que a mulherada gosta  
que swing é esse  
que essa banda toca

que swing é esse  
que essa banda toca  
quando bota o cd  
a mulherada encosta

eu pego a elite  
de toda a cidade  
eu pego as patricinhas  
lá da faculdade (2x)

parei o meu carrão  
lotado de menina

---

<sup>18</sup> Alto, topado

liguei meu paredão  
no posto de gasolina (2x)

(GAROTA SAFADA)

Era assim que muitos garotos viam as festas, como as que Bel realizava na cidade. Bel era o filho de Paulino, o dono da eletrônica em que Vinho trabalhava. Tinha um paredão, como bem lembrou o técnico em nossa conversa em sua casa. Não cheguei a falar com Bel na época, mas conheci parte de sua turma, Daniel, João, Cláudio e Marcos, em uma interlocução coletiva na casa de Cláudio por intermédio de Rafael, um aluno da Universidade em que trabalho e parceiro da pesquisa para o mestrado. Eram homens jovens, entre 20 e 30 anos, brancos da classe média miguilense, considerados então em 2014 aposentados da vida de farras. Estavam “casados”, querendo indicar um namoro sério e longo. O máximo que faziam era ligar o som em frente de casa com as namoradas para beber, conversar e dançar forró, mas conheciam bem o tipo de aventura de que Bel participava. Seu paredão custara, após muitas investidas, pelo menos 50 mil. Começara com 25 mil. Deu mais 18 em sua reforma e, por fim, colocou dois geradores, disse Cláudio perplexo. Tinha dificuldade em acreditar naquela cifra. Bel sim era o “caba da bagaceira”, não eles. Era sinônimo de festa, bebida e *periguetes*, algo que, da perspectiva de Cláudio, até servia para justificar tanto dinheiro gasto em um som.

Cláudio - O Bel empresta o som [Paredão] dele direto, pra primo, pros amigos, pra fazer uma farra.

(...)

Cláudio - Se a sua proposta é saber porque a tara do som eu posso responder pela galera: uma é status, chamar as periguetes – o cara chega com um carrão e com aquele som, come quem quer – porque o Bel é feio que nem a gota, não desenrola uma mulé, né? E as mulé quer porque é o status. Cê gasta 50 mil num som, num paredão, entendeu? É o status.

Cláudio ensaiava uma crítica aos paredões, mas, apesar disso, pouco se afastava da narrativa da atração mágica que o dinheiro e o status exerciam sobre as mulheres como aquelas expressas nas músicas de bandas de forró famosas no Nordeste, como bem apontaram Trotta (2012,) Hebenbrock (2012) e Costa (2014). Para mim, que na época procurava bússolas para

me orientar no campo, a cultura hedonista de festas, desafios étlicos e conquistas amorosas que tinham como centro o prazer masculino adicionava uma nova camada simbólica às competições de som.

Daniel - Quem faz um Paredão “carrocinha”<sup>19</sup>, ao meu ver, é como se... fazer uma festa mesmo, uma “farra pesada” como se fosse um show, né? Chega os amigos, chama as amigas, aí para num lugar e fica lá.

Farras assim haviam se tornado corriqueiras há alguns anos antes de nossa conversa, o que motivara uma série de ações populares, jurídico-policiais e administrativas na cidade, algo de que tratei com mais aprofundamento em minha dissertação. Elas retratavam o modo próprio de a “cultura do paredão” (HEBENBROCK, 2012) se manifestar nos espaços da cidade, roubando a cena musical em bares, restaurantes, praias próximas, como a Barra de São Miguel e shows. Em 2014, a maioria dos bares de São Miguel já proibiam, terminantemente, o uso de som automotivo em seus estabelecimentos.

Figura 11 - Pizzaria do Irmão, recém pintada com o informe da proibição

---

<sup>19</sup> Reboque que carregam os paredões, mais “distintos” que os sons de mala por darem total autonomia aos equipamentos.



Foto: Nido Farias

Figura 12 - Bar do Deda, também na parte alta da cidade



Foto: Nido Farias

Quando aportar em um bar não era possível, postos de gasolina como o que retratei acima se tornavam parques culturais ad hoc. Cediam, provisoriamente, o espaço de serviços, o estacionamento de caminhões e mantinham uma relação de ganhos mútuos no curto-circuito entre festa e lojas de conveniência. Essa relação estreita entre donos de postos de gasolina e proprietários de paredões certamente não passou despercebida pelas comunidades locais, pela polícia e outras instâncias do poder em Alagoas. Em 2011, o então Governador do estado, Teotônio Vilela filho, promulgou a lei nº 7.360, discutida e aprovada pela câmara dos deputados, em que tornou infração o uso de som automotivo em postos de gasolina cujo som ultrapassasse o ambiente interno do veículo (ALAGOAS24HORAS, 2011). A lei atendia à demanda de setores das comunidades próximas aos postos em todo o estado pelo controle ou total erradicação das festas que ocorriam do sertão ao agreste, do agreste à faixa litorânea, sem, entretanto, parecer ter alcançado muito sucesso (GAZETADEALAGOAS, 2009; CADAMINUTO, 2013; CADAMINUTO, 2016).

Mais tarde, em 2017, na capital, os donos de postos seriam acusados por chefes de operações policiais de serem orquestradores de práticas ilícitas, trazendo à tona as limitações

de alcance impostas pela lei no estado. “Ou seja, o dono do posto é conivente com todo o barulho e desrespeito. Porque os proprietários dos carros usam a energia do local para garantir os sons abusivos, senão as baterias não aguentavam”, disse um em reportagem (ALAGOAS24HORAS, 2017).

Foi costurando percursos em espaços como esses na cidade de Maceió que um personagem particular de encontros e festas ganhou, injustamente, me assegurou, fama de *raparigueiro*, *gaieiro*, enfim, infiel. Amilton <sup>20</sup>era um jovem proprietário de um pequeno depósito de água mineral onde trabalha diariamente em um bairro nobre da parte alta de Maceió. Consegui seu número de Whatsapp por intermédio de um conhecido que era amigo de sua namorada, mas, como veremos, não tinha à época muitas razões para estimá-lo, poderia dizer. Era um perdido, esculhambado.

Amilton foi um dos poucos com quem mantive interlocução que não teve muitas reservas para nossa conversa. Não houve adiamentos, nem respostas evasivas, sumiços... Trabalhava diariamente administrando, anotando pedidos, recebendo dinheiro e controlando o estoque do negócio da família. Após poucas palavras e uma rápida apresentação, marcamos em um dia de semana no seu local de trabalho, entre pedidos e mais pedidos de água pelo telefone, pois o serviço lhe tomava muito tempo, disse.

Jovem, por volta dos 20-22 anos, Amilton era bastante despojado: estava sem camisa, de bermuda e de chinelo; sentava-se de maneira relaxada, com os pés na mesa, dispensando qualquer formalidade. Deixou-me à vontade para a conversa dentro da cabine de onde comandava, amigavelmente, seus funcionários, o que ocasionou uma série de interrupções.

Amilton tinha, alguns anos antes da nossa conversa, um som na carroceria de sua pick up. Tinha dois graves, quatro médios e seis agudos. Era uma *paredinha* que nascera de um som pequenininho no começo, há cinco ou seis anos atrás. Além da pick up que usava para trabalhar, tinha uma moto 125 cilindradas na época e vontade de ter um som no estilo paredão. Um amigo seu o apresentou, pedindo a moto em troca, que valia dois mil e quinhentos reais. O trato foi feito. Daí em diante,

---

<sup>20</sup> Nome Fictício.

saí gastando. Pegava uma peça aí... pegava uma peça que eu já tinha, um módulo, aí, pegava um módulo superior ao meu e dava o meu e depois dava uma torna, pegava uma mais potente e tal, e assim fui gastando, fui gastando, fui gastando e... sempre, todo canto que eu fazia não passava vergonha não, a gente sempre fazia a festa. Não sei se... eu tenho até foto aqui. Não fazia vergonha não.

Figura 13 - O som de Amilton em uma festa na piscina

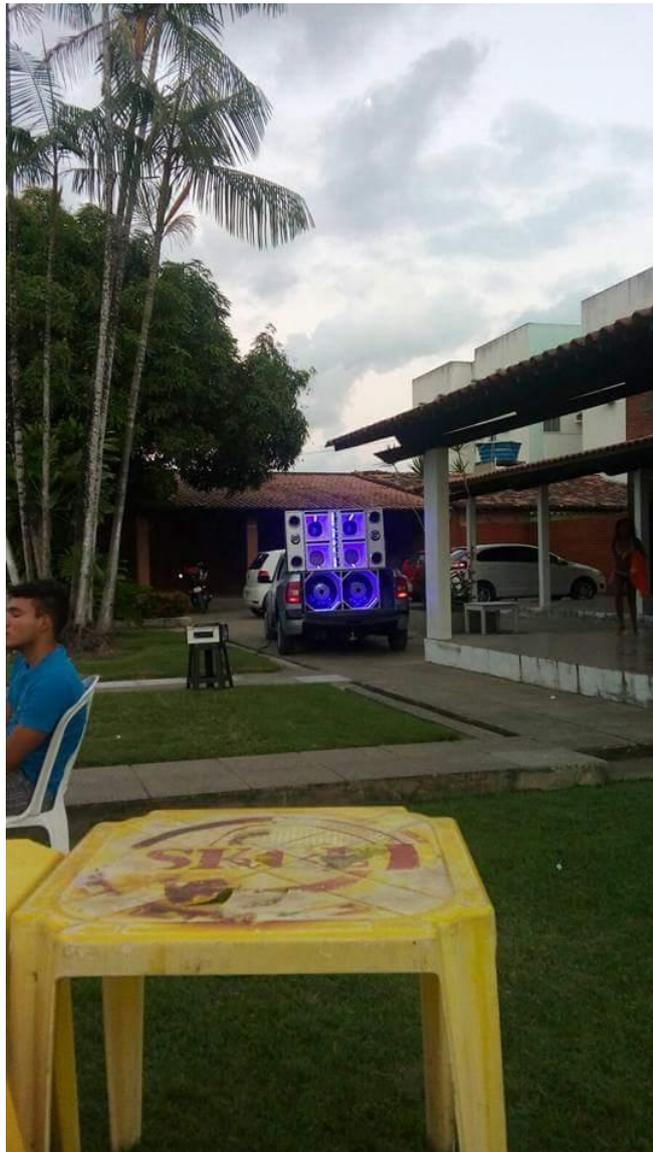


Foto cedida pelo *amante* de som

Figura 14 - Som e carro *rebaixado* de Amilton



Foto cedida pelo *amante* de som

Era seu primeiro som automotivo. Também nunca tivera qualquer aparelho semelhante antes, mesmo que residencial, mas se preocupou em me convencer que tinha *paixão* pelo som. A prova disso era o dinheiro gasto no projeto e nos equipamentos, comprados um a um. Infelizmente, com a intensificação das fiscalizações na capital, Amilton fora obrigado a vendê-lo, algo que tinha com muito pesar. Relembrava, saudosamente, a época do *boom do som automotivo* em Alagoas, que situou em 2014, mais ou menos nesse período de aquisição do som, quando, os encontros eram constantes e esperava ansiosamente para reencontrar os amigos e vagar pela cidade participando de encontros e festas.

ia pra fazenda, ou pro Jaraguá, né, pessoal ficava no estacionamento do Jaraguá e ligava... no centro também. Tem o centro da cidade que ligava, né, normalmente de sexta à noite, é. Sexta e sábado, né, tinha aquela rua do banco do nordeste que tem um churrasquinho, né? O pessoal ligava ali também. Gostava de ligar ali... fora os outros canto... antigamente quando não era proibido, tinha um churrasquinho de beira de rua assim, sempre tinha um som ligado, né. Sempre era assim... agora que não incomodasse, né.

Esse passado de que Amilton falava entusiasmado também havia lhe trazido consequências indesejadas. Entre um telefonema e outro de pedidos de água, o jovem respondia mensagens também no Whatsapp. Algo o perturbava. Estava sempre preocupado em olhar as notificações. Recebia ligações pessoais, entre recebimentos de troco e ordens de serviço dadas aos entregadores. Em certo momento, enquanto ainda descrevia a história do seu som, Amilton falou sobre o que lhe ocorria. Abriu um parêntese na trajetória da instalação dos graves, médios e agudos, como se eu fosse um amigo, um parceiro. Esperando cumplicidade masculina, talvez um conselho, me contou que discutia com sua namorada. Contar esse fato também era uma forma de se justificar pelas inúmeras interrupções na conversa, imaginei. Haviam brigado nos últimos dias e, desde então, não estava fácil o diálogo entre eles. Sua namorada soubera pela boca de terceiros, terceiras, melhor dizendo, que Amilton estava agarrado aos beijos com outra, dançando forró numa festa. Jurou que isso não tinha acontecido. Era mentira! Coisa de quem gosta de ver a infelicidade na vida alheia. Isso acontecia porque gostava de festa, todo mundo sabia, e, em vista do seu passado, estava “queimado”, tinha sua imagem manchada. A solteirice e as aventuras dos encontros e festas, entretanto, haviam ficado para trás com o seu som, garantia.

### 3.5 ESPETÁCULOS POPULARES

Havia recebido da diretoria da equipe *Leões de Aço* o flyer do Arapiraca Show Car durante nossa primeira conversa. Antes disso, só falávamos através de Whatsapp. “É o primeiro evento oficial do ano, vai ser esse, o de Arapiraca”, falou Henrique. Para ele, existiam três eventos de som automotivo de referência no estado: o primeiro, que abria a temporada, era o Arapiraca Show Car; o segundo, que mais gostavam, o da Barra de São Miguel, onde alugavam uma casa de praia para a diversão da equipe; o terceiro, o que acontecia nas dependências da Adepol, a Associação dos Delegados de Polícia, em Maceió. “Tem gente que nem dorme, esperando na ansiedade”.

Quero começar a chamar a atenção a partir de sua fala para o fato de que os encontros, competições e festas de som automotivo passaram a se articular entre cidades de grande, médio e pequeno porte do estado viabilizados pelo crescimento de um público crescente das periferias

na última década. As aventuras dos *amantes* de som nas paisagens urbanas, como as que remontei no capítulo anterior, eram apenas uma dimensão da extensa ramificação de circuitos pouco integrados entre as cidades, às vezes dentro das cidades, que culminavam em eventos mais organizados.

Foi também através de Henrique que, pela primeira vez, ouvi o nome de Ygor Paixão, dono da V8, produtor do Arapiraca Show Car. Mas não o conheci por intermédio deles. Foi um caminho ainda mais sinuoso.

Era Natal de 2019, e eu tirei aquele tempinho para ver os stories do Instagram. O de uma antiga colega de trabalho, Maria, me chamou a atenção. Maria era aluna de um dos cursos da Universidade em que trabalho. Morava em São Miguel dos Campos, mas estava em uma festa com familiares e amigos em Campo Alegre, uma pequena cidade localizada entre São Miguel e Arapiraca, zona da mata e Agreste. Até aí nada fora do comum. Som alto, um arrocha; luzes coloridas; uma estrutura de palco para dar suporte às luzes; e no meio, um carro com a mala aberta, o som *batendo*<sup>21</sup>. A câmera só tinha foco para aquele espetáculo. Não poderia deixar de “assuntar” com Maria, e foi o que fiz.

A turma havia alugado o som de um amigo de Maria que morava em Campo Alegre, JP, para fazer aquela espetaculosa festa privativa de Natal em uma chácara. Fiquei interessado e logo pedi o contato. Maria já sabia das minhas aventuras sociológicas no universo dos paredões e não fez cerimônia. Antes de contatá-lo, apenas pedi que ela falasse sobre mim, para não o assustar.

Digo assustar porque, normalmente, é justamente isso que acontecia quando procurava manter contato com pessoas do meio. A não ser aqueles, como Brasit, Ygor e os diretores da *Leões de Aço*, que estavam à frente de empreendimentos e organizações, a maioria tinha muitas reservas para falar. Não foi diferente com JP, ou melhor, JP SOM, como se autointitulava. Após várias tentativas de marcar uma conversa em Campo Alegre, em que eu gastaria 1h30 de ônibus para encontrá-lo, muitas reticências e sumiços, resolvi sugerir uma conversa por Whatsapp. Perderia, com certeza, detalhes importantes, mas não o entrevistado.

---

<sup>21</sup> Topado, alto.

JP SOM, homem de 35-40 anos (não revelou a idade quando perguntado), era um competente técnico de som de origem simples, pai de família, que migrara dos shows de forró, há mais ou menos 15 anos, para a montagem de som automotivo. Trabalhava como técnico de som para várias bandas, especialmente a banda Fascínio, que estava “estourada” nessa época. Contou que deixou esse ramo por causa do ritmo de apresentações. No último São João de que participou, de junho a julho, estava rodando há 27 dias longe da família, o que o deixava muito descontente. “Pra você ter ideia, o meu filho nasceu e eu não tava em casa, tava no meio do mundo”. Finalmente, após um desentendimento com um dos integrantes da banda, resolveu parar mesmo. Foi a partir daí que sua história no som automotivo teve início.

Vivendo das suas habilidades técnicas, decidiu montar uma lojinha de conserto de alto-falantes, que logo foi incrementando com o crescimento da clientela e de serviços novos que passaram a ser demandados. Reparo, instalações, venda de produtos. Apesar de fornecer, até então, serviços freelancers para bandas, foi com o som automotivo, nesses 15 anos, que garantiu sua fonte de renda e da sua família. “O que eu construí hoje eu agradeço ao som automotivo”, quis deixar claro.

A loja fora sua maior conquista profissional, mas começara também a alugar o som para festas, como a que Maria registrou em seus stories. Aniversários de 15 anos, 12 anos, festas familiares, juvenis e raves para alguns jovens da região. Uma demanda popular crescente por diversões desses tipos animadas por paredões dera viabilidade ao negócio de JP. Ele passou então a promover encontros e competições de som automotivo na cidade. Realizou, com o apoio da prefeitura, 5 ou 6 deles, não lembrava ao certo. Gastava para tanto de 10 a doze mil em cada para revertê-los, como parte do ingresso, em quilos de alimentos para a população carente. Chegou a arrecadar 5 mil quilos! Do ponto de vista financeiro, entretanto, nem sempre o esforço valia a pena; em alguns deles, precisara, com muito esforço, colocar dinheiro do próprio bolso.

Como eu tô falando, o que eu ganho com isso é o prestígio da festa. Ôpa, a festa do JP em Campo Alegre, tal e tal, o povo vem pra cá. Esse é o meu lucro”. E quando o povo entre, que deixa o quilo de alimento que a gente repassa para as famílias mais carentes. O reconhecimento geral é esse aí, entendeu? Reconhecimento, esse aí, agora fim lucrativo, esse não tem, a gente faz tudo pra manter a festa.

Locava gerador, sistema de portaria de alumínio, porteiros, seguranças. Para abrilhantar a festa, disse, contratava apresentações de moto, acrobacias, e uma *lava car sexy*, que não só entretinha os aficionados, mas o público em geral. Virara “o evento” na pequena cidade. Com o fim de viabilizá-lo, contratava a dB Champions, ou a V8, que garantiam também a lisura das competições, as quais atraíam várias equipes de fora em busca dos prêmios em dinheiro. Todo esse esforço, que fez questão de ressaltar, e também sua profissão estavam ameaçados por “baderneiros”, “bagunceiros”, diferente daqueles que, como ele, eram decentes, pessoas de família. “A demanda é grande, a procura, porque é uma coisa de qualidade. Eu, eu transpareço pra todo mundo que é uma coisa boa, transparente, não é uma coisa que vai agredir ninguém. Ah, o som automotivo é baderna! Não, não é!”.

Na verdade, JP gastara parte do nosso diálogo produzindo argumentos a favor do som automotivo, e como consequência, da sua profissão. Penso que imaginou que eu teria algum poder de transformar a realidade da crise que muitos apontavam.

Hoje se fechasse, hoje, as lojas que vende som automotivo, é muita gente que ficaria desempregada. Tem os imbecis, alguns palhaços que monta o som pra chegar no meio da rua e fazer baderna, aí e não trabalho desse tipo não. Depois que eu acabo de montar o som, que dura duas três horas, a gente testa quinze minutinhos, já desliga o som, na minha rua não tem bagunça, até porque vai perturbar os vizinhos, tem idosos e tudo, e todo mundo aqui agradece pelo serviço que eu faço, e tem muita gente que... que não concorda, por que? Porque faz zoada, faz barulho? faz! Mas tem que olhar o outro lado: dá emprego a várias pessoas, tem fins lucrativo, tenho família pra cuidar. Se fechar a loja hoje eu vou cuidar da família com quê? Aí é assim, cada um tem a sua opinião e a vida que segue.

Naquela pequena cidade do interior do estado, área metropolitana de Arapiraca e São Miguel dos Campos, o som automotivo ganhara, nos últimos anos, papel relevante para diversão popular. As Ciências Sociais já haviam mostrado a importância dos bailes Funk, de Samba, de Pagode, de Reggae e de Tecnobrega para descrever aspectos relevantes da cultura das periferias de capitais brasileiras (VIANNA, 1990; RODRIGUES, 2017a, 2017b; BARROS, 2009). Na última década, no entanto, o universo das competições, espetáculos e festas de som automotivo surgia como uma novidade também nas pequenas e médias cidades alagoanas. A atração dos paredões, que ocorria ainda na esteira das mudanças estruturais que culminaram com o aumento

da renda dos mais pobres nos anos 2000 (POCHMANN, 2014), era contextualizada pelo alargamento dos espaços físicos de consumo, e na esfera subjetiva, de desejos por bens mais caros facilitados pelo acesso a crédito, como o automóvel (FERREIRA, 2017). A conversa com JP insinuava o redimensionamento das sociabilidades em torno de divertimentos populares que atingia o interior emoldurado pela aceleração do processo de integração material, que resultou precária, e simbólica dos mais pobres ao mercado, notavelmente aos mercados culturais.

Mas o diálogo mostrou também que sua popularização trouxe, na contrapartida, uma tensão interna entre os *amantes* de som automotivo. Essa tensão, catalisada pelas acusações difusas de perturbação da ordem pública – “baderneiros, “bagunceiros” – anunciava um espaço multidimensional de práticas, hierarquias, disputas e conflitos constantes entre aficionados e setores da sociedade global. O interesse deve recair, a seguir, para o estreitamento das interdependências, e fricções a partir delas, entre antigos *hobistas* que sustentavam uma autoimagem de *playboys*, novos *hobistas* e o público ingressante que sustentavam esses empreendimentos os quais se montaram sob a crescente impopularidade do som automotivo nas cidades alagoanas.

### 3.6 DA “PLAYBOYZADA” À PERIFERIA

Encontrei Ygor Paixão por intermédio de JP. Fora através dele que entrara no ramo dos eventos. O encontro aconteceu em seu escritório no centro de Arapiraca, a 2h da capital. Era uma espécie flat no primeiro andar de uma rua cheia de pequenos comércios. Conversamos em uma mesa de frente para a varanda que trazia muito vivamente os sons da rua. Ao redor, materiais que, aparentemente, serviam para os eventos.

Ygor, empresário na casa dos 30 anos, branco, de aparência jovial, relatou que há muito tempo é aficionado em carros. Começou, nos idos dos anos 2000, com modificações nas rodas e fazendo rebaixamento, até que, o som automotivo passou a figurar também entre suas paixões. Andava sempre em Aracaju, cidade de sua mãe, e lá via nos shoppings exposições de carro. Em Arapiraca não tinha nada parecido com aquilo, e decidiu investir nessa ideia.

Contou que, por volta de 2007, fez seu primeiro evento em Arapiraca com o apoio de um proprietário de postos de gasolina, que, além de ceder o espaço, pagou os custos de divulgação. “E aí eu fui pra Aracaju, fui pra Maceió, fui pra Recife divulgar o evento e tentar trazer o máximo de pessoas de outros estados pra cá pra Arapiraca. O evento, que só cobrara entrada a proprietários de carros e equipamentos, fora um sucesso de público, com DJs e carros “tops dos tops” vindo de Sergipe e de outras partes do estado. Daí em diante, a empresa só cresceu junto com o interesse cada vez maior do público. Em um lugar mais amplo, a AABB de Arapiraca, os encontros logo ficaram pequenos novamente. No Lago da Perucaba, uma área aberta, atingiram de 4,5 a 6 mil pessoas, e o Arapiraca Show Car, segundo seu criador, tornou-se uma referência não apenas em Alagoas, mas em outros estados onde igualmente o som automotivo se expandira. Ygor logo investira em um evento que considerou lendário em Maceió, o Maceió Street Car, mas, por considerar Arapiraca sua cidade, preferia continuar por lá. O empresário encontraria, muito provavelmente, a forte figura de Júnior Brasit, que dominou, nos últimos 10 anos, a cena de eventos de som automotivos em Maceió e nas redondezas.

Fora desses sucessivos projetos bem-sucedidos que criou a V8 Produções e Eventos, realizando medições em competições também em outros estados, falou orgulhosamente. “A gente viu que a coisa ia realmente pegar o gás e aí eu... eu investi”. Comprou tenda e portal inflável para receber e abrigar o público. Investiu em RTA (Real Time Analysis)<sup>22</sup> profissional. Fez cursos para operar os equipamentos e trouxe juízes de outras entidades de fora que tinham mais tempo no mercado de competições e começou a fazer aferição de carro *rebaixado* e som de todas as categorias.

Apesar de todo esse investimento em equipamentos e conhecimento perito para garantir a lisura das competições, as disputas realizadas através de medições abstratas estavam sendo escanteadas pelos *rachas de som*.

**Nido:** Mas o que é? Como você definiria o racha de som?

---

<sup>22</sup> O RTA é um conjunto de aparelhos dividido entre microfone direcional de precisão, para capturar frequências em linha reta, e softwares que interpretam um ruído emitido pelo som em todas as frequências e as equaliza digitalmente.

**Ygor:** O racha de som... ele é... é... bota um som de frente do outro e aí você delimita um tempo. Quando um racha é realmente organizado você diz: ó, vamo rachar é uma hora/duas horas pra ver o que o seu som [sim] ele aguenta. Se ele aguenta o seu som no talo, vamo dizer assim [sim], no vapor mesmo, aquele tempo sem perder rendimento. [hum] E as músicas de racha é música de corneta, é música de realmente barulho. Não é mú... não é m... entendeu? é pra ver qual o som que tem mais resistência e mais barulho [sim], e aí vê o que ganhou mais e tal...

**Nido:** E a galera... tem... tem dança? Tem ... ou é só pra... pra... testar...

**Ygor:** No racha é só pra... é a... é a zuada mesmo, realmente. Pra ver o seu sistema tá melhor do que o outro, então existe essa... essa competição hoje. E hoje é o auge nos eventos automotivos, né? O racha... um som menor rachou, um som maior ganhou aí você tem um destaque hoje. Aí você fica essa questão.

Ygor não era muito afeito aos *rachas*. Sua tradição era aquela das medições por instrumentos. Ao contrário, os rachas surgiram dos encontros nas ruas, mais sujeitos às exigências do público *leigo*. Nesse contexto, os critérios de superioridade dos equipamentos escorregaram das leituras abstratas para as sensações saturadas das ondas liberadas pelos alto falantes. Essa foi uma das consequências do protagonismo que passava a ganhar o som automotivo nas dinâmicas de diversão nas cidades, em interdependências mais estreitas com os frequentadores de bares, espetinhos, praias, praças e outros parques naturais de lazer. Como produtor de eventos, entretanto, Ygor não podia deixar de considerá-los. Isso porque a curva crescente que Ygor identificara desde que iniciou sua aventura no som automotivo estava declinando nos últimos anos, em “decadência”, como gostava de falar.

“A gente teve eventos de colocar 7 mil pessoas, 5 mil e hoje se eu... com a... com essa questão da lei... há 13 anos, lembra, os *playboys* gostavam mais de carro arrumado. Rebaixado, suspensão a ar, *rodão*. Quando tinham um som, eram subzinhos, boquinhas de parte. Desse tempo pra cá, o *amante* de carro passou a não se contentar mais com esses equipamentos. “Não se satisfazia com aquilo aí começou a aumentar”. As fábricas, conta começaram a se atentar a isso. “Rapaz! A coisa vai crescer, vamos investir agora em vez de som interno, que era o som do sub, vamo começar... vamo começar agora a botar, a fazer um sistema que seja externo, pra galera abrir com a mala aberta. E aí foi onde começou”, na sua visão.

Aí eu lembro, eu tive um som com dois alto falante de 15 que ave maria! de 500 Watts rms que na época parecia que era coisa maior do mundo [sim] e hoje ninguém escuta. Se você tiver uma de 500 Watts rms hoje você passa vergonha, pode ser aonde você chegar, você nem abre a mala, que você vai passar vergonha, né? Então as fábricas se atentaram pra isso e... e a galera foi se moldando e se acostumando e querendo cada vez mais [hum]. E aí começou uma disputa grande de fábricas, aí apareceu... hoje tem várias! Inclusive são referência no mundo, não só no Brasil que inclusive tem marcas aqui, uma Stetsom, por exemplo, ela vende pra fora, pros Estados Unidos. A Tarantus também. São empresas fortes. Empresas muito grandes.

Com o crescimento das competições, as fábricas passaram a patrocinar alguns competidores destacados, como é o caso de Tico Som com a Stetsom, e foi daí que, na perspectiva de Ygor, se deu o *boom do som automotivo* nos últimos anos em todo o Nordeste.

O primeiro motivo elencado para o seu declínio eram as leis que, segundo o empresário, chegaram, recentemente, ao absurdo de proibir o proprietário de ouvir o som fora do carro, mesmo que baixinho. Antes dessa, vieram muitas outras. Assim, quem iria investir em equipamentos caríssimos para serem recolhidos para o pátio da polícia? O segundo motivo, diretamente ligado a este, era a falta de apoio do poder público. Em outras cidades de referência, como Fortaleza, os aficionados por som automotivo haviam conseguido espaços públicos liberados para seus encontros, sem qualquer prejuízo para a população. Mas em Alagoas, apesar de iniciativas como a de Siderlan, um vereador eleito com os votos do maior bairro da periferia de Maceió que lutava pela regulamentação da prática na capital (Ygor não citou os esforços de Brasit), nada tinha surtido efeito. Em Arapiraca, especificamente, “A gente sabe que tanto loja de confecção quando tem show, vende bastante. A gente sabe que os ambulante vende. Então é uma forma de renda, de movimentar a coisa e às vezes a gente não tem o certo apoio que a gente merece”. Os políticos, nesse mesmo sentido, se afastariam dessa tribo de bagunceiros com medo de perder apoio dos seus eleitores.

Mas e quanto às periferias? Perguntei. Comentei que parte das contendidas envolvendo o som automotivo se colocavam nos bairros residenciais das periferias das cidades alagoanas. Como isso resolveria a situação dessa parcela da população?

Nesse momento, Ygor falou mais como o *playboy amante* de carro e som que começara seu negócio anos atrás que como empresário do ramo de competições. Diria Elias que estava muito mais envolvido do que distanciado (1998).

Antigamente, quem ia pros... eventos automotivos? A playboyzada, playboyza... quem ia era quem tinha dinheiro. Cara que tinha seu som pra debochar, pra tirar onda, pra mostrar pras menina, pra gastar dinheiro. Era a playboyzada! Qual era o hobby da playboyzada antigamente? Antigamente era paredão. Aí, vamo lá! Isso se manteve durante alguns anos! Durante alguns anos! Quando a coisa se abriu demais prum certo ponto é bom, mas por outro é ruim. Quando a coisa se expandiu demais, aí começou... a gente... a gente começou notar que... que tava começando a dividir o público. Tanto começava, tinha playboyzada - a galera que tinha condições de ir prum evento e tal e tal. A galera que ia pra curtir, pra gastar mermo, como começou a vim outro tipo de evento, um outro tipo de público, um público mais, como é que eu posso dizer, não... renda não quer dizer nada, mas assim, que a gente via que não era do meio, do público de antigamente.

Uma parcela desse público mais seletivo, afastado pela presença maior de *amantes* e curiosos das periferias, teria migrado para *hobbies* como jet-ski e quadriciclos, revelou. Vendo por lentes bourdieusianas (2007), isso descrevia o reinvestimento simbólico de parte dos *amantes* mais antigos em atividades mais raras motivado pela desvalorização da montagem de paredões como prática distintiva. A chegada dos rachas e de *amantes* e público outsiders representava a um só tempo um marco de ruptura das fronteiras cognitivas, afetivas e avaliativas que constituíram o universo dos *hobistas* até ali, o que Ygor também parecia sentir, e a transformação de economias simbólicas com termos e valores definidos pelas fronteiras de classe. A outra parcela de *amantes* endinheirados, com condições de investir pesado no som, se manteve nas competições para fazer parte da nata dos encontros. O resultado disso era que “Hoje não é só a playboyzada. Hoje é geral! Hoje você consegue atingir todos os públicos, né, tanto a classe média, quanto a classe média baixa, como a alta”. A ausência do termo periferias no léxico usado por Ygor, a qual pode facilmente declinar para zonas liminares entre as classes médias baixas e populares que habitam os territórios urbanos menos prestigiados, não seria um caso isolado entre organizadores e *amantes*.

Tal cenário não deve implicar automaticamente um abismo menor de poder entre os participantes. Os estilos de vida no Brasil contemporâneo, como bem colocou Bertonecelo

(2010), não marcam posições unicamente pela exclusividade de classe, mas pelo modo como práticas compartilhadas por pessoas em posições distintas no espaço social são codificadas, decodificadas e inovadas. Penso que o som automotivo fica a meio caminho disso. Ter ou gostar de som não está circunscrito a uma classe apenas. Ela percorre uma gama ampla de condições de vida, de JP a Amilton, de Júnior a proprietários de caminhões, muito embora as dimensões dos aparelhos marquem fronteiras claras entre os *amantes*. Ainda assim, o ajustamento de antigos e novos *hobistas* às exigências do público das periferias revela deslocamentos sensíveis de poder em favor dos outsiders. Seria essa figuração social, surgida do estreitamento das interdependências nas cidades entre antigos e novos *amantes* e o público das periferias, que eu deveria ver no Arapiraca Show Car.

Ygor reconhecia a popularização do som automotivo como benéfica para o setor, afinal, era quem ajudava a manter de pé eventos, encontros e competições e, como consequência, toda a rede de serviços que os tornavam possível. Por outro lado, enxergava, sob a perspectiva de *amante* que viu nascer o cenário atual a partir de círculos mais estritos de aficionados endinheirados, a derrocada de práticas que considerava melhores, como as medidas e leituras abstratas do RTA, do corpo de juízes e regras e do investimento mais robusto nos equipamentos que tudo isso requeria. Do ponto de vista e trajetória particular, ele apontava mudanças na configuração interna do som automotivo no estado na última década. Essas mudanças sinalizavam que o aumento das interdependências com as periferias havia redimensionado as disputas particulares por posicionamento dos *hobistas* e promotores de eventos sob a sombra das acusações de perturbação da ordem.

### 3.7 VISÃO GERAL DE UM ENCONTRO DE SOM AUTOMOTIVO: O ARAPIRACA SHOW CAR

Domingo, dia 19 de janeiro de 2020, às 13h40, Jarde, minha esposa, e eu nos dirigimos de Uber ao local onde ocorreria o evento que inaugurava o calendário de encontros na cidade. Não imaginava que seria tão distante dos lugares conhecidos por mim. A casa de eventos Casa Blanca se localizava no bairro da boa vista, praticamente às margens da cidade, “como quem

vai para Palmeira [dos Índios]”, disse minha prima, ocupando todo um quarteirão de uma área já sem casas ou comércios.

Chegamos ao estacionamento (lugar que realmente ocorreria o encontro) levantando poeira na estrada que dava para o portão onde, além de seguranças e pessoal de apoio, estava um homem vendendo ingressos como um cambista. Não havia bilheteria, então descobri que esse foi o jeito encontrado por eles para vendê-los. Descemos do carro e comprei um único ingresso por R\$ 20,00; mulher era free, como dizia o cartaz repassado para mim pelo Whatsapp. Fomos recebidos por uma equipe de, pelo menos, 5 homens e uma mulher, todos de camisa preta com o escrito “segurança”, ou “combate segurança”, vestindo calças jeans no sol escaldante, sapato ou tênis escuros. Logo após sermos revistados, finalmente entramos. Cuidei, após isso, de registrar em detalhe a estrutura que mais tarde dividiria públicos, equipamentos e atrações.

Figura 15 - Estrutura do Arapiraca Show Car



Foto: Nido Farias

Ao atravessar o portão, do lado esquerdo, mais estreito, de onde tirei a foto acima, vi que ficava o estacionamento daqueles da produção e do público que estariam ali apenas para

curtir, sem ter sido convidado para apresentar seu som, ou mesmo sem possuir som. O restante da área foi organizado por meio da armação de toldos, barracas de bebida e comida, gerador de energia, pista para manobras de moto e espaços vazios para o estacionamento de carros e, claro, de sons. No centro do espaço, que tomo agora como referência mais ou menos precisa para descrever o cenário, estava a barraca de bebidas fornecidas por Júnior, parceiro de costume do organizador, Ygor Paixão. Acima, abaixo, do lado esquerdo e do lado direito dela havia alguns toldos montados para abrigar os paredões convidados. Neste último lado, em especial, havia também o gerador de energia e, após os toldos, a pista de manobras das motos separadas por divisores de metal. Embora o lugar estivesse quase vazio, já ocupavam seus postos três paredões, dois acima e um no lado direito. Este tocava enquanto pequenos grupos de pessoas assavam carne no equipamento de churrasco e bebiam cerveja com suas latinhas em mãos. Nos espaços vazios ao lado dos toldos da parte de cima também já havia cinco carros estacionados. Esses espaços entre os toldos acabariam sendo ocupados por aqueles que chegaram cedo para ligar seus sons, que iam competir, como o carro *rebaixado*, ou, simplesmente, que queriam um lugar privilegiado para aproveitar a festa.

Figura 16 - Arapiraca Show Car



Foto: Nido Farias

Havíamos chegado por volta das 14h e mais ou menos 15min depois visualizei de longe o carro da equipe *Leões de Aço* ser revistado pelos seguranças. Estavam o Diretor, Henrique, e sua esposa, o Vice-Diretor e sua esposa e mais alguns. Após estacionarem sob um toldo praticamente ao lado do que estávamos e saírem do carro, acenei e mudamos para o toldo da equipe. Apresentavam-se todos fardados com as camisas da equipe, pretas ou amarelas. As mulheres usavam shortinhos jeans, uma delas boné, sandálias rasteiras e tênis; os homens bermudas, bonés e chinelos. Acabavam de chegar de Maceió.

Nesse momento, não parava de chegar carros com seus paredões nos reboques. Começavam a se acomodar, ligar seus paredões e sons de mala no gerador por meio de cabos que se estendiam dos mais diferentes lugares em direção ao ponto central de fornecimento de energia. Automóveis caros, como Honda Civic, pick-ups e outros utilitários modificados carregavam certas vezes figuras que destoavam da maioria em termos de estilo de apresentação. Certamente Ygor os chamaria de *playboys*. No espaço já bastante movimentado, em que a grande maioria se vestia de forma despojada, atravessou o portão um Volkswagen Virtus prateado, lançamento da marca em 2019, carregando um paredão no reboque. Dele saíram um homem de 25-35 anos e uma mulher de 25-30 anos. Enquanto o homem, de camiseta listrada, bermuda e tênis parecia mais próximo do público em geral, a mulher se apresentava mais distante espiritual e materialmente do restante. O short curto fora trocado pela saia a um palmo do joelho; a sandália rasteira ou o tênis fora trocado por uma plataforma incômoda para andar sobre a areia; a bolsa, ou, simplesmente, o bolso para colocar o celular fora trocado por uma bolsa de alça curta que devia ser carregada pelas mãos. Em relação à maioria, a mulher, branca, com cabelos pintados de loiro, estava submetida naquela situação pública a códigos mais estritos de moralidade e elaboração formal do vestuário, sacrificando o conforto e exprimindo com mais força que as demais um modelo ainda hegemônico de beleza feminina: sensibilidade, moralidade, compostura diante de situações públicas, expressão da beleza em detrimento da praticidade. Jarde vira ainda outra parceira de dono de paredão se destacando de maneira parecida entre as demais. Aquela arena de paredões era obviamente lugar para estabelecer distinções de faces, corpos e objetos, porque colocava frente a frente classes, tribos, gêneros e estilos de vida diferentes.

Figura 17 - Casal distinto chegando no evento



Foto: Nido Farias

Uma segmentação bastante notável era a que ocorria entre os motoqueiros e os *amantes* de som. Após passar pela revista, os motoqueiros entravam fazendo barulho, carregando suas namoradas na garupa com as camisas de suas equipes por um corredor que passava por trás dos toldos dos paredões. Eram jovens, na casa dos 20 anos, a maior parte de negros, e suas namoras aparentavam ser ainda mais jovens. As motos eram de pequenas e médias cilindradas, de estilo urbano convencional e de preço médio ou baixo, comparativamente. Destinavam-se à pista de manobras no extremo do lado direito do espaço do evento. Enquanto faziam acrobacias arriscadas, sozinhos ou em duplas, seus amigos, namoradas, concorrentes e um público observavam relativamente alheios ao barulho que vinha de todos os lados do estacionamento da casa de show.

Figura 18 - Grupo de motoqueiros observando manobras



Foto: Nido Farias

Às 16h58, o evento já tinha ganhado público e, dali para frente, apresentaria suas dinâmicas de competição, diversão sonora e espetáculo com maior definição. Os espaços vazios deixados entre os toldos já estavam completamente ocupados, cabendo àqueles que chegassem mais tarde procurar improvisar no estacionamento. Muita gente, a maioria de homens, caminhava pelas passagens prestigiando os paredões e sons de mala participantes. Cada um desses tendia a aglutinar pessoas ao redor, seja porque fazia parte de uma turma de amigos, seja porque gostou do som ou da música. Formava-se então, conforme os casos, uma aglomeração de pessoas sem som, muitos deles jovens negros, que, quanto maior o número, assumia uma forma semicircular. Com latas de cerveja nas mãos, homens e mulheres ensaiavam alguns passos, fazendo mímicas uns para os outros, reagindo às sensações causadas pelas ondas sonoras e pelas músicas.

Figura 19 - Pequeno grupo bebendo e ouvindo paredões



Foto: Nido Farias

Figura 20 - Plateia começando a se formar na frente de alguns paredões



Foto: Nido Farias

Procurávamos um lugar em que pudéssemos fugir do barulho intenso, insalubre e, para nós, insuportável de vários paredões e sons de mala tocando músicas diferentes ao mesmo tempo. Ouvíamos apenas uma cacofonia de partes de músicas, instrumentos, vozes, todos compondo uma trilha para nós aterrorizante, causando náusea e irritação. Fugimos nesse momento para perto do banheiro, atrás de muitos carros e sons; depois nos dirigimos para o estacionamento, lugar mais distante possível. Não adiantou. Não conseguíamos conversar. Ninguém conseguia, na verdade, somente a partir de gestos e leitura labial. Nesse momento, passou pela minha cabeça ir embora, e realmente íamos fazer isso. Tínhamos já percebido diversas pessoas com protetores auriculares, embora estivesse longe de ser a maioria. Foi quando Jarde deu conta de que um dos homens do apoio estava vendendo protetores auriculares. Foi a nossa salvação! Compramos por R\$5,00 cada e estávamos, desse momento em diante, realmente preparados para prosseguir.

Essa experiência foi de suma importância para compreender aspectos das práticas que já observava. A importância dos fóruns nas redes sociais, Facebook, Instagram, Whatsapp, a respeito da avaliação dos sons e dos rachas tornou-se evidente porque a comunicação verbal no evento era quase toda limitada. Outra coisa que a experiência do evento trouxe de importante foi reforçar a ideia de alteridade. O que parecia insuportável para nós, e de fato era um ambiente insalubre, com altos níveis de pressão sonora sobre os tímpanos, era encarado com mais tranquilidade por aqueles espiritualmente envolvidos na cultura do paredão. Alguns donos de sons, arrisco aqui dizer que a maioria, usavam os protetores, mas estavam sempre os retirando de um dos ouvidos para apreciar o desempenho dos equipamentos; parte do público, como Jarde e eu, não retiraria até que estivesse a salvo; mas outra parte, aqueles homens vidrados nos sons, pareciam se incomodar pouco, ou mesmo resistir como uma prova de masculinidade. As dinâmicas da fruição desses eventos necessitam, num tema sensível como o do incômodo e do desassossego, de muito esforço para compreensão do ponto de vista dos aficionados por som automotivo.

Uma dessas dinâmicas é o que vou chamar aqui de contemplação dos paredões. Grupos de homens enfileirados lado a lado costumavam fazer em frente aos aparelhos sem conversarem, sem dançarem, apenas observando seus detalhes, apreciando a magnitude da pressão sonora projetada para seus corpos. Àquela distância, se era difícil dividir verbalmente o momento,

poder-se-ia se comunicar ao menos esboçando uma dança. Mas o momento não era para isso. Era para apreciar a beleza das cores, dos desenhos e sentir o som, a *pancada*, a *pressão*, a força do equipamento.

Figura 21 - Grupo de homens contemplando paredões



Foto: Nido Farias

Enquanto os homens e os casais se envolviam nas dinâmicas até aqui apontadas, grupos de meninas das periferias chegavam sozinhas ao evento muito mais preocupadas em se divertir exibindo suas habilidades de dança. Acompanhei mais de perto um grupo de três delas. Entraram pelo portão acerca das 16h da tarde e perambularam pela festa durante um tempo até que as reencontrei à frente de três paredões *clipados*, *conjugados*, reproduzindo a mesma música todos juntos a partir de um mesmo comando. As garotas eram bastante jovens, entre os 15-20 anos. Duas delas se vestiam praticamente iguais: de peles claras alaranjadas, usavam tops justos mostrando a barriga, shorts curtos com cintura alta. A diferença era que uma estava de tênis branco e a outra de sandália rasteira. A de tênis era mais alta, com cabelos alisados e pintados de uma cor loiro-avermelhada de tom escuro; a de sandália tinha cabelos alisados castanho-escuros e era um pouco mais baixa. Acompanhando as duas estava uma garota negra, com short menos curto, uma blusa que cobria a barriga e uma sandália rasteira. Passando um

tempo só observando os paredões, as duas garotas de top e short curto começaram a esboçar uma dança. Apoiados sobre os joelhos, mexiam a bunda para cima e para baixo, reboavam e olhavam para trás para que a amiga filmasse os movimentos pelo celular. Faziam isso timidamente, um pouco envergonhadas porque só havia elas dançando, talvez em toda a festa.

Ainda era dia e tinha pessoas atrás observando, entre elas eu. As meninas possuíam objetivos diversos da maioria que participava daquele evento. Não foram para acompanhar seus namorados/maridos aficionados por som automotivo (nem pareciam conhecer ninguém); também não estavam ali para contemplar os equipamentos; não tinha ido para passar o dia ouvindo música, bebendo e comendo churrasco com sua turma de amigos. Sua intenção, a julgar pelo que foi visto em várias ocasiões, era de dançar e exibir-se dançando, embora não encontrassem muitos lugares para isso além das redes sociais; talvez paquerar os garotos da mesma idade que andavam para lá e para cá parando na frente dos paredões. Embora a seminudez feminina e sua objetificação faça parte do conjunto de símbolos e práticas modelados pela libido masculina na “cultura do paredão”, há, pelo visto, momentos em que a sensualização das mulheres não cumpre papel algum e elas seguem seus próprios roteiros em detrimento dos acontecimentos centrais. Enquanto quase todos estavam voltados para a contemplação dos paredões, para os rchas e manobras de motos, as meninas mantinham seu objetivo que era dançar com as amigas, para si e para as amigas, e exibir seu domínio da dança na rede e para alguns poucos jovens que as observavam.

Figura 22 - Garotas dançando sozinhas para a câmera



Foto: Nido Farias

Figura 23 - Grupo de mulheres sozinhas dançando



Foto: Nido Farias

### 3.8 RACHA DE SOM

Por volta das 17h30 Júnior, o fornecedor da barraca de bebidas me abordou enquanto transitávamos tirando fotos. Estava na frente de três paredões *clipados* junto com um grupo de várias pessoas, homens de mulheres. Rodeavam mesas altas de bar, todos em pé, bebendo, mas sem estar dançando. Eram parte dos poucos que possuíam esses equipamentos de bar. Três deles estavam vestidos com camisas do evento. Deu para perceber que era uma turma de amigos do Júnior, que o comerciante, dono das bebidas, tratava de modo especial.

Foi nesse momento que ele chamou minha atenção para o *racha* que estava acontecendo logo mais à frente de nós. Eu não tinha percebido, mas se aglomerara uma porção de gente no meio, principalmente, e ao redor de dois paredões. Um deles era o Irmãos JB, uma rede de comércio; o outro era a Radiola Conexão Jamaica. A multidão era em sua imensa maioria feita de homens, e isso se percebia quanto mais próximo do espaço entre os aparelhos estava. Muitos desses homens vinham da periferia arapiraquense, levantando seus celulares, gravando vídeos capturados de um lado a outro dos oponentes. Os paredões, a certa distância no início, começaram a se aproximar cada vez mais. Como estavam nos reboques, os donos e seus amigos os empurravam com dificuldade sobre a areia para mais perto do oponente. Eles tocavam músicas eletrônicas diferentes, mas que exigiam muito dos médios e agudos, como bem disse Júnior durante nossa conversa na sexta-feira. Por exemplo: enquanto o JB tocava uma música desconhecida para mim com um agudo ensurdecedor que aumentava e baixava a intensidade constantemente, o outro tocava a música do Super Mário Bros., que utiliza muito os médios e agudos do teclado/piano. Assim iam mudando de música em música para tentar encobrir o som do outro, às vezes tocando rapidamente brega ou arrocha em tom de descontração, o que agradava o público.

Mas isso eu fui percebendo aos poucos, informado pela conversa com Ygor e Júnior dias antes. Em determinado momento, percebi que no meio da multidão, no centro quase exato entre os paredões, havia dois homens vestidos de preto que antes estavam agitando, atiçando e provocando o paredão Irmãos JB em cima de uma plataforma; só que agora estavam embaixo operando o controle do paredão Radiola. Mudavam as músicas, colocavam outros pen drives,

regulavam a mesa de som. Percebi que o controle dos Irmãos JB estava no reboque atrás do paredão, não sei por qual motivo. Nessa hora, entendi o porquê que um dos homens de preto fazia o sinal para alguém se posicionar no centro: o combate exigia a troca de impressões entre os operadores oponentes. O provocador fazia sempre sinais de que seu paredão tocava mais, agitava a multidão; entretanto, não podia olhar nos olhos de seu rival e ver sua expressão de vergonha. No fim das contas, eu não fazia ideia de quem estava ganhando. Mal percebia qual música cada qual estava tocando. Apesar disso, compreendi que naquele *racha* estava envolvida a teatralidade do combate: o atijamento, a provocação, a aproximação dos corpos, o ajuste aos golpes do outro, a resistência, as estratégias.

Figura 24 - Início do racha de som



Foto: Nido Farias

Figura 25 - Plateia espremida entre dois paredões



Foto: Nido Farias

### 3.9 LAVA CAR SEXY: LUA CARVALHO E AS MENINAS DO PÚBLICO

17h55 formou-se um círculo envolta de um paredão da parte de cima, o mesmo descrito no início engolindo outro som, e de um carro à sua frente muito próximos de onde ocorria o *racha*; uma aglomeração de gente, homens, a maioria, e mulheres havia se formado para ver a apresentação de Lua Carvalho, a *Lava Car Sexy*.

Lua entrou na roda para lavar, performaticamente, o carro branco vestida de robe dourado e acompanhada do que Jarde e eu supomos ser seu produtor. De estatura média, aparentemente mais alta por calçar uma sandália “meia pata” com salto (segundo Jarde, muito usada em shows porque dá estabilidade), pele negra de uma tonalidade mais clara, com cabelos longos e estirados, Lua tinha tatuagem nos braços e um corpo modelado por exercícios, com músculos aparentes nas costas, braços, coxas e panturrilhas, embora não fizesse o tipo fisiculturista nem mesmo zelasse pela magreza; possuía barriga um pouco saliente e vários

“excessos” do ponto de vista dessas normatividades corporais; tinha seios medianos e sustentava um colar de correntes douradas com uma placa grande prateada com alguma inscrição, que não foi possível identificar.

Lua se apresentou à plateia retirando o robe lentamente, dançando. Agachava, apoiava as mãos nos joelhos, e, após alguns movimentos menos abruptos, jogava a bunda bem para o alto em direção às pessoas, acompanhado o funk que tocava. Ao mesmo tempo, tornava mais explícita, sexualmente falando, a visão de partes do seu corpo, ainda parcialmente coberto pelo tecido acetinado. Em determinado momento, ela finalmente arranca o *hobby*, pega uma esponja cheia de água e sabão de um balde e inicia a lavagem do carro. Com um top de biquíni e um short curtíssimo roxo com aberturas nas laterais, o que deixava parte considerável de suas nádegas à mostra, Lua passava a esponja em cada lado do carro erguendo a bunda para a plateia, apoiando-se no carro para agachar, pular agachada e repetir os movimentos de dança já descritos, levantando a bunda para o ar.

A lava car parava, em alguns momentos, na frente de homens filmando seu show. Em certo momento, seu produtor entrou na roda e começou a filmá-la, realizando a performance quase encostada nele. Quando ela se agachava, o homem, também agachado, direcionava a câmera do celular para a genitália dela, capturando a imagem o mais próximo possível. A plateia em geral não esboçava muita excitação, de qualquer forma que ela pudesse tomar, durante a maior parte da apresentação: não gritava, conversava pouco entre si; não pareciam tão magnetizados pela performance; no máximo, os homens, que eram maioria, sorriam enquanto olhavam ou trocavam olhares com alguém ao lado.

Mas a reação de algumas mulheres era bastante diferente. Enquanto aqueles mantinham uma expressão de normalidade, as mulheres pareciam mais curiosas. Filmavam; conversavam entre si, quando em grupo; reagiam facialmente a intensificação e explicitação da linguagem sexual nos movimentos da Lua, esboçando comentários. Um momento, capturado por mim através de vídeo, retrata isso muito bem. Quando Lua subiu no capô para lavar o pára-brisa do carro, já sem a sandália, ficando assim “de quatro” para parte da plateia, uma garota em companhia de sua amiga ficou, literalmente, boquiaberta. Com a continuidade dos movimentos, levou a mão à boca, expressando surpresa e incredulidade. Não acreditava no que estava vendo!

Outra, diferentemente, jogou o rosto para trás, se negando a ver por um momento, retornando a olhar devagar.

Já perto do fim da apresentação, Lua convidou duas mulheres da plateia a dançar com ela. Uma era negra, de cabelos alisados, vestida de top de onça e shortinho. Já havíamos a percebido em outros lugares do evento, dançando energicamente na companhia de seu grupo de amigos. Suas habilidades dançantes já tinham despertado a atenção de muitos, como bem notou Jarde. Em certa ocasião, Jarde viu um garoto lhe pedir o telefone. A mulher respondeu “sou casada, mas vou te dar o de uma amiga...”. A outra mulher, branca de cabelos castanho-escuros e cacheados, vestia uma camisa de equipe de motos e shortinho. Juntas, dançaram sensualmente emparelhadas com um homem filmando bem de perto os movimentos. Não demonstraram vergonha e pareciam, na verdade, muito confortáveis com a situação, distintamente das outras mulheres retratadas. Um fato curioso, por fim, foi que, contrariamente ao que eu pensava a respeito da *lava car sexy* (de ela ser uma atração muito disputada entre os homens), pouco antes de terminar a atração já havia perdido muito público. Lua dançava já para metade, ou menos, do público do início, que se dispersou atraído pelas outras atividades que ocorriam naquela hora.

Figura 26 - Lua Carvalho sensualiza, retirando o robe



Foto: Nido Farias

Figura 27 - As mulheres da plateia invadem o espaço da apresentação



Foto: Nido Farias

Até pouco menos das 19h, quando, com dores de cabeça explosivas, não aguentamos mais ficar, o *racha* entre diversos paredões tomaram conta do evento. Daí em diante, qualquer sociabilidade centrada no corpo feminino perdera espaço para as disputas. Já estava bem escuro, e uma monte de ilhas de som que atraíam pequenas multidões criavam um efeito bem diferente do que no decorrer do dia. Dezenas de paredões e sons de mala ligados, com cores distintas, cintilavam na noite arapiraquense, causando um espetáculo à parte. Os donos de paredões se digladiavam, na sua linguagem ao mesmo tempo física, impulsionando o ar dos alto-falantes contra o peito da plateia atenta a cada gesto, quanto simbólica, enquanto amigos, parceiros e muitos jovens das periferias da cidade filmavam nos celulares. Fomos embora. Não dava mais para suportar.

Figura 28 - Anoi-tece e os paredões iluminam o estacionamento



Foto: Nido Farias

Figura 29 - O racha tomou conta



Foto: Nido Farias

Não fora, decerto, eventos como o Arapiraca Show Car, organizados em áreas remotas, com alvará da prefeitura e vistoria do corpo de bombeiros que deram “má fama” ao som automotivo. O encontro parecia muito mais uma culminância, como de fato era, das práticas dispersas no tecido urbano das cidades e nas redes sociais. Era a apoteose dos proprietários de paredões e sons de mala mais destacados. Ygor já havia me dito que deixaria, nessa edição, de contratar grandes paredões, ou carretas de som. “Espantavam os proprietários locais”. Isso porque, com uma carreta cheia de alto-falantes rachando com outra, o que iriam fazer lá paredinhas e sons de mala? Ygor acertou em sua sofisticada sociologia espontânea (BOURDIEU, 1996). Perguntei, naquele cenário ensurdecedor, ao Henrique, presidente da *Leões de Aço*, se iam competir de alguma forma naquele dia. Ele me falou que alguém pensava em competir com um som de mala para a equipe, mas que estava pensando bem, já que o nível dos outros equipamentos estava muito alto. Parecia realmente preocupado, mais para desistir do que para continuar considerando a questão. E não competiu mesmo.

Encontros como o Arapiraca Show Car são, evidentemente, parte importante do universo do som automotivo. Mas não só reencaixam de forma diferente os circuitos formados

nas cidades, como também inibem a participação de muitos aficionados que se consideram aquém dos equipamentos presentes. Para compreender o que está em jogo nas competições, as estigmatizações, rivalidades, tensões e conflitos, é necessário investir na forma como são tecidas no plano da vida cotidiana das cidades.

É o que começo a fazer no próximo capítulo, em que procuro apresentar parte modesta da vasta tecitura de espaços de competições, diversão e tensões surgidos com o *boom do som automotivo* em Alagoas, os quais têm como centro de legitimação as periferias. Trata-se de ir reconstruindo cenários, espaços e campos de lutas que ajudaram a colocar o som automotivo em evidência, com toda sua ambivalência, para além de circuitos restritos.

## 4 CIRCUITOS DE SOM AUTOMOTIVO, TENSÕES E LEGITIMIDADE NAS PERIFERIAS

### 4.1 NOTAS METODOLÓGICAS: SEGUINDO A TRILHA DA PAIXÃO

Na investigação desse polêmico fenômeno urbano da diversão, procurei, com esforço, orientar-me para a compreensão nativa dos *amantes* sobre suas práticas e, a partir delas, reconstruir interpretativamente dimensões importantes dos circuitos de som automotivo que ajudavam a produzir nas cidades alagoanas. Sem a captura do mundo de objetos que os aficionados compartilhavam entre si, pouco seria dito de importante sobre o que os moviam através de percursos comuns em direção a lugares marcados e remarcados pelos conflitos. O que dizer do panorama de tensões instalado nas cidades sem compreender os padrões técnico-estéticos do SPL-Trio e o movimento obsessivo para superlativização sonora que os aficionados chamavam de *paixão*? Como desconsiderar a relação da sua autocompreensão como *apaixonado* e a manutenção de encontros em grupos virtuais, ruas, bares, praias e, especialmente, competições? Enfim, pouco restaria a explicar, acredito, se os *rachas* não fossem decodificados para além dos registros correntes de perturbações da ordem urbana em reclamações de moradores, ocorrências policiais e matérias jornalísticas.

Adotei, para tanto, a etnografia como estratégia metodológica geral, em vista de tentar capturar, com sua aspiração holística, a multidimensionalidade das questões do som automotivo, cujos flancos comecei a abrir na parte 3. Ao usar a noção de estratégia, refiro-me à forma de delineamento de pesquisa que articula de modo pragmático e flexível, conforme o surgimento de oportunidades e de novas questões impostas pelo campo, diferentes métodos de coleta de informações e de realização de interlocuções voltadas para a descrição e interpretação de aspectos relevantes da visão de mundo nativa (BAUER; GASKELL, 2002; FLICK, 2009). Tentei, entretanto, ir além da concepção semântica e textualista (GEERTZ, 2008), muito popular atualmente, para concebê-la como a descrição da sistematicidade que existe entre atividades corporais, mentais, conhecimentos compartilhados, saberes fazeres, emoções e

motivações para a realização de práticas sociais (RECKWITZ, 2002). Tratando-se de dimensionar práticas contenciosas que tinham, muito claramente, os *amantes* de som automotivo como protagonistas/antagonistas, meu fio condutor prático no campo apareceu em certo momento como óbvio: siga os *apaixonados*!

No Brasil, a ideia de circuitos de jovens urbanos ganhou força no início dos anos 2000 com os trabalhos de Magnani (2005; 2014). Ela surgiu colada a uma proposta metodológica rigorosa fruto da pesquisa empírica para a fundamentação de uma antropologia urbana. Tendo origem, inicialmente, a partir de pesquisas etnográficas sobre o lazer de jovens das periferias da cidade de São Paulo, o conceito tomou forma através da exploração de espaços de sociabilidade mais distanciados das vizinhanças demarcados pelo compartilhamento de práticas e símbolos comuns a indivíduos de origens diversas na urbe. Ele remonta a um conjunto de domínios que liga pontos descontínuos no tecido urbano em torno de práticas compartilhadas por muitos atores. Por se tratar de domínios claramente identificados por seus usuários, possibilita representar totalidades no espaço complexo das cidades, fornecendo uma proposta interessante para realizar a virtude holística da etnografia no contexto urbano.

Essa ideia possuía para mim ao menos duas vantagens. Em primeiro lugar, dispunha de instrumentos metodológicos capazes de recortar totalidades dentro do complexo urbano. Totalidades no sentido de permitir cotejar o nível de pertinência dos atores através de uma ideia de conjunto. As práticas, bem como seus espaços de realização, podem ser consideradas como um conjunto no qual os elementos que o constituem permitem medir um grau de pertinência dos atores em sua participação. Em segundo lugar, o circuito oferece, de modo crítico e complementar à insulação que o conceito de tribos urbanas promove (2014, p. 177), a possibilidade de considerar a cidade, entendida como atividade humana espaço-temporalmente determinada, enquanto codeterminante, causa e produto das atividades.

O último ponto apareceu como central em minhas experiências de campo. Como vimos, JP SOM via sua profissão em constante ameaça por meio das ofensivas contra o som automotivo no estado. Parecia não ser possível simplesmente falar sobre sua profissão ou sobre os eventos que realizava sem prestar contas sobre seus atos. “quinze minutinhos, já desliga o som, na minha rua não tem bagunça, até porque vai perturbar os vizinhos, tem idosos e tudo, e todo mundo aqui agradece pelo serviço que eu faço, e tem muita gente que... que não concorda,

por quê? Porque faz zoadas, faz barulho? faz!”. Era questão, da forma como vinha compreendendo, de não apenas recortar os espaços dos *amantes* nas e entre as cidades alagoanas, mas de compreendê-los em sua figuração humana/urbana.

O problema de pesquisa mesmo havia evoluído a partir do meu papel nessa figuração. Irei apenas sumarizar essa questão porque já tratei dela em minha dissertação. Quando em São Miguel, morando em bairros de periferia na cidade entre 2010 e 2014, estava compulsoriamente envolvido com as festas nos bairros e com seus reflexos nas vizinhanças. Lembro que meu maior interesse sobre as competições de som nas ruas dos conjuntos habitacionais da cidade surgiu em um fim de semana por volta de 2012 em que se fizera perceber, agudamente, com certa literalidade, o interesse incomum de moradores em caixas de som cada vez mais potentes.

Um vizinho da casa da frente de onde eu morava ligava seu aparelho na calçada. Carne assando na grelha, latinha de cerveja na mão. “Zoadas do cranco!”, alguns devem ter praguejado dentro de suas casas, enquanto outros tantos aproveitavam o ensejo para socializar nas calçadas. A mim mesmo, ainda um tanto indiferente na época, coube fechar as portas e janelas sem praguejar muito. Na verdade, nunca foi um grande incômodo para mim. Não posso dizer que fora esse o motivo de estudar paredões. Mas foi ali que a ideia apareceu.

Da primeira sequência de música tocada, não demoraria muito para que outro vizinho ligasse o seu som também, do mesmo lado da minha casa, ficando quase de frente para seu oponente. O duelo estava feito, a festa instaurada, as crianças animadas e uma parcela dos moradores bastante infeliz. Um tempo depois me perguntei: por que aquelas caixas enormes passaram a fazer parte da diversão nas periferias da cidade? Desde aquele momento, passei a ver equipamentos cada vez maiores à medida que visitava outros bairros, então também me questionava qual era o sentido da superlativização daqueles aparelhos. Naquela tarde, tinha perdido um pouco do sossego, mas ganhei um problema de pesquisa, que pouco a pouco me levaria ao som automotivo da maneira como tento desenvolver neste trabalho.

Além disso, entre jovens universitários miguéleneses com quem dividia o ônibus rumo à capital para ir estudar, alguns deles falavam dos paredões para lhes direcionar, por meio de piadas e *resenhas*, críticas ácidas que se somavam aos discursos de ordem já perfeitamente instalados em correntes de opinião populares, no âmbito jornalístico, jurídico e policial (SANTOS; RODRIGUES, 2019). Os alvos das brincadeiras, que vinham de jovens da classe

trabalhadora, perfilando os cursos de humanas, eram os *playboys* donos de paredões, já em bastante evidência na cidade. “O cara tem um ‘Paredão’, vai pra Barra [de São Miguel], pega um monte de mulé, e a gente aqui estudando pra arrumar um emprego ainda...”, ironizou um dos passageiros. Parte dessa mesma rede de estudantes assumia posições nas trincheiras culturais através da produção de uma cena musical alternativa em São Miguel avessa ao som automotivo, que virara o assunto do momento.

Somando-se a esse coro, bares e restaurantes estabelecimentos deixavam explícito a proibição do som enquanto outros cresciam justamente por abrirem suas portas para seus proprietários. Foi esse o contexto genético da problematização. Diversos nós da rede sociourbana haviam sido tensionados com a chegada dos paredões, e seria um tanto arbitrário insular os *amantes* em suas práticas. A forma como procurei me apropriar da noção de cidade como codeterminante foi e de uma rede extensa e inextricável de pressões e contrapressões entre *amantes* de sons, público de festas e encontros, moradores de residenciais, reclamantes, jornalistas, judiciário e polícia que formavam, de diferentes maneiras, (des)equilíbrios de poder entre si, conformando conflitos, disputas e cartografias de espaços proibidos ou permitidos à entrada dos aficionados.

Esse instrumental mobilizado para delimitar as práticas na paisagem urbana, no entanto, foi apenas um dos momentos da pesquisa. Lembremos que Ygor nos apresentara outra dimensão dos circuitos de som automotivo, quando reconhecia a entrada de novos atores no cenário que vivera o *hobismo*. Não eram apenas atividades realizadas no espaço que impactavam o cenário das cidades alagoanas, mas também transformações operadas ao longo das últimas três décadas na figuração dos *amantes* e destes com a cidade. De repente, o som não era exclusividade dos *playboys*, os eventos ganharam um público *leigo* e os *rachas* tomaram definitivamente a cena das leituras abstratas que Ygor conhecia, embora essas mudanças se assentassem sobre o fundo de conhecimentos da geração de antigos praticantes.

Isso, claramente, não constituía uma questão de ruptura, mas de aumento das interdependências e de transformação das balanças de poder entre estabelecidos e outsiders. Junto disso tudo, o som automotivo estava nas páginas dos jornais com a evidência que nunca tivera no passado, de certo não da forma que os *amantes* gostariam. Esse era o caso de compreender o objeto, sob a pena, caso me omitisse, de não o dimensionar corretamente a partir

do pressuposto mais geral de que a ação humana, quanto mais interdependente for, resulta das interpenetrações de longas cadeias de ações passadas (ELIAS, 1970; 2011). Adotei essa noção para observar passado e presente no fluxo de um processo estruturado de mudanças sociourbanas, também aceita por outros investigadores que dividiam preocupações com circuitos populares ou periféricos (RODRIGUES, 2008, 2017b; FARIAS, 2005, 2011).

Enfim, encarei o trabalho etnográfico como uma estratégia geral para objetivar dimensões e dinâmicas que transcendiam, espaço-temporalmente, os limites e contextos de interação nos circuitos, integrando práticas específicas, como a montagem de equipamentos ou competições, a processos e sistemas relacionais – lutas simbólicas, classes, figuração estabelecidos/outsideiros – e a mecanismos neles atuantes – tensões, equilíbrios de poder, monopolização de bens e valores sociais. Seguia com isso a ideia de que os espaços são campos de lutas objetivados (ELIAS, 2001; BOURDIEU, 2013).

No meio do percurso, tais delineamentos metodológicos, sob o esforço contínuo, mas nem sempre exitoso, da vigilância epistemológica (BOURDIEU, 2007), abriram as possibilidades de investigação de espaços como as redes sociais e os jornais eletrônicos, duas dimensões que serão ainda muito trabalhadas ao longo da tese. Informações disponíveis dispersamente na internet, por exemplo, teve papel tanto como meio para traçar e obter distribuições discretas de eventos quanto de lugares virtuais de intercâmbios materiais e simbólicos existentes nas cartografias nativas. Do modo que apresentei parte 3, nas discussões entre aficionados nos fóruns virtuais e na cobertura instantânea do público dos *rachas*, as redes sociais se tornaram parte integrante das dinâmicas do som automotivo, o que apontarei sobretudo nas seções 6 e 7.

Esse fato justificou a imersão em grupos de troca de equipamentos e fóruns, mais como observador participante que participante observador<sup>23</sup>, tomando parte do desafio de pensar as condições em que a internet figura nas sociedades contemporâneas (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2011, p.170-203). Perfis, comentários, discussões e posts de oferta dos serviços,

---

<sup>23</sup> Um tanto negligenciado, pois minha participação como pesquisador não foi muito bem-vinda, tendo negado vários pedidos de interlocução e um post de apresentação da pesquisa. Foi também nessa medida que minha participação negativa foi reveladora de aspectos cruciais do campo, a exemplo da projeção sobre minha figura como um agente fiscalizador.

entendidos como conjunto de informações auto-organizadas por categorias nativas<sup>24</sup> com funções determinadas em relação às dinâmicas dos grupos virtuais, e o diálogo com a etnografia tradicional dos espaços de encontros foram articulados para dar inteligibilidade à sua história e reivindicações. Por fim, reconstruir a atuação de membros de grupos virtuais exigia transplantar o conceito de espaço e lugar para a internet, assim como não mais tratar os espaços virtuais como “‘não-lugares’ ou ainda, dicotomicamente, em termos de ‘real’ versus ‘virtual’” (POLIVANOV, 2013, p. 13).

#### 4.2 O BOOM DO SOM AUTOMOTIVO E A EMERGÊNCIA DE UM CIRCUITO ALAGOANO DE ENCONTROS E COMPETIÇÕES

Lembro, no início dos anos 2000, que não entendia quando Sílvio, irmão de um amigo, montava e desmontava constantemente o som interno com luzes néon do seu gol preto. Era adepto do SQ. Desmontava e incrementava não apenas os subs e alto-falantes, mas também o motor. Outros amigos e eu o chamávamos, secretamente, de Sílvio de *mafioso*. Filho de donos de uma pousada na Pajuçara, bairro da orla da capital, trabalhava profissionalmente com informática. Como sempre o víamos fazendo modificações no carro, gastando mais e mais dinheiro em equipamentos, o que seu irmão nos fazia questão de atualizar, achávamos que fazia parte de alguma “máfia”. Era brincadeira, mas estranhávamos seu estilo de vida.

Um homem de classe média, aparentemente sem riqueza, embora vivesse uma vida confortável, destinava pequenas fortunas em objetos sem utilidade aparente, um “desperdício”, achávamos. Certo dia, Sílvio estava empolgadíssimo. O motivo era que teria um grande encontro de carros, som automotivo e *rebaixados* em Maceió. Nunca achei qualquer menção a esse encontro nas minhas incursões em campo, ou em sites especializados e redes sociais. Mas, para o *mafioso*, era “o acontecimento”. Cansou de nos chamar. Abusava seu irmão para acompanhá-lo e nos carregar juntos. O que fariam três ou quatro roqueiros adolescentes em um evento de som automotivo?

---

<sup>24</sup> Relativamente, porque parte importante da organização do espaço virtual é estruturado pela plataforma e seus algoritmos, cabendo pensar as formas de apropriação e usos diferenciais destes.

Naquela época, Silvio nem imaginava que os encontros fossem correr como água não só em Maceió, mas em boa parte de Alagoas. Muito menos eu pensava que os estudaria, ironicamente.

Meu objetivo nesta seção é apontar, a partir do desenvolvimento dos dois grandes polos de encontros e competições em Alagoas, e dos papéis que exerceram para tanto alguns de seus protagonistas, a crescente popularidade dos eventos no decorrer da segunda década dos anos 2000, transbordando os círculos mais restritos de aficionados, ganhando mais adeptos e simpatizantes. Esse sobrevoos registra aspectos relevantes do processo de configuração dos circuitos de som automotivo no estado que colocou em estreita interdependência sob funções de diversão e consumo (RODRIGUES, 2008; 2017a; 2017b) promotores de eventos, antigos e novos *amantes*, artistas e o público das periferias urbanas no contexto de intensas transformações na estrutura das cidades. A extensão dessas conexões são correlatas das dimensões tomadas pelas regulações, tensões e conflitos na última década.

Descobri o que significava, em números, esse *boom do som automotivo* em Alagoas quando realizei um levantamento de encontros e competições semelhantes ao Arapiraca Show Car através de sites e redes sociais. Recorri aos mecanismos de busca do Google, do Facebook e do Youtube, utilizando as chaves “encontro de som automotivo” e “competição de som automotivo”, e as páginas de empresas como a V8 Eventos e a dB Champions para traçar o máximo que pudesse deles. Esses eram os principais canais de divulgação e os meios abundantes de reportar os acontecimentos<sup>25</sup>.

Encontrei 78 eventos após os anos 2000 divididos entre encontros e competições com diferentes níveis de profissionalização na capital e interiores (ver tabela 1 do anexo A). Entretanto, alguns encontros eram edições avançadas de outros ocorridos em anos passados, o que me permitiu retroagir e formar um quadro mais completo das frequências. Não sem problemas: embora a grande maioria dos encontros seriados registrados seja anual, não é possível ter certeza que todos o eram, podendo ser semestral. A suspeita paira ainda mais sobre o 12º Mega Encontro Automotivo<sup>26</sup>, ocorrido em Maceió, no Benedito Bentes, em 08 de agosto

---

<sup>25</sup> Os grupos de whatsapp são na verdade os meios mais dinâmicos de divulgação de encontros. Entretanto, não possuem históricos das divulgações, já que entrar em um grupo significa apenas conhecer os eventos daquele momento em diante.

<sup>26</sup> Liste em anexo eventos, endereços e fonte que consultei.

de 2014. Enquanto outras projeções se basearam no registro da continuidade de pelo menos dois eventos, retroagindo ordinalmente os anos passados, o 12º Mega Encontro Automotivo possuía apenas uma edição como referência e outras 11 sem registro. Feita a projeção, antecedia o mais remoto relato de ocorrência, o 3º Campeonato de Som Automotivo, Tuning e Rebaixados, ocorrido em Maceió, em 04 de junho de 2006. De toda forma, se por um lado não havia certeza sobre o real período do acontecimento, por outro tornou possível explorar cenários possíveis que se confirmaram no aprofundar da pesquisa.

Considerando a tabela 2 do Anexo B, o evento mais antigo foi em 2003. A capital Maceió concentrou os poucos eventos existentes até 2008, quando surge o primeiro evento em Arapiraca. Daí em diante, as duas maiores cidades do estado mantiveram sua proeminência em relação a todas as outras cidades. Somente a partir do ano de 2012 começou a surgir eventos nos interiores, em Batalha, Campo Alegre e Craíbas, a primeira localizada na mesorregião do sertão alagoano, e as duas últimas na do agreste, circundando Arapiraca. Em 2013, mais seis cidades do interior sediaram eventos de som automotivo, Anadia, Cajueiro, Igaci, Joaquim Gomes, Olho D'água das Flores, Pilar, União dos Palmares. As ocorrências se alastram ainda mais para as demais regiões do estado após isso.

O ano de 2012, mais ou menos no mesmo período em que meus interlocutores situaram o *boom do som automotivo*, marca justamente o início do período de maior frequência dos eventos no estado que se estende até 2017. Foi a era de ouro do som automotivo a que se referia Amilton, Brasit e Ygor. Esse período toma proporcionalmente 77% do total de eventos registrados, tendo o ano de 2012 grande distância em relação à média (1,7) de eventos no período de 2003 a 2011. Maceió e Arapiraca atingem a marca de quatro eventos no ano de maior frequência registrada, 2014, enquanto cidades como Cajueiro, Campo Alegre, Joaquim Gomes e Craíbas mantêm a frequência de um evento ao ano. Mesmo não considerando a retroação feita, o período de 2013 a 2017 figura como o de maior intensidade dos encontros, mantendo uma datação semelhante.

Após isso, a frequência de encontros declina sensivelmente para apenas 5 em 2018, com apenas Maceió, Arapiraca, São Miguel dos Campos e União dos Palmares, e 3 em 2019, em Maceió, Arapiraca e Olho D'água Grande. Esse declínio atingiu eventos consolidados no interior, como o Tuning Street Car, mais tarde batizado como Arapiraca Show Car, em sua 10ª

edição em 2017, praticamente anulando encontros com maior nível de organização nos interiores. Apesar disso, Arapiraca, São Miguel dos Campos, União dos Palmares e Olho D'água Grande resistiram, e 2019 já registrou três até março deste ano.

Era isso que JP Som queria dizer quando se referia aos seus eventos como etapas do campeonato alagoano de som automotivo. Um circuito de encontros regulares mais ou menos integrado por um calendário anual que, pelo menos entre 2012 e 2017, logrou manter a forma de um circuito esportivo para os competidores e uma oportunidade de diversão para jovens aficionados ou só a fim de dançar e paquerar.

Hoje (2019) a gente não pode falar em um calendário. Pode surgir uma festa a qualquer momento, mas não existe como antigamente. Antigamente existia um calendário, existia uma disputa acirrada. A gente terminava um campeonato no domingo e a gente ficava contando o dia pro outro domingo chegar pra gente ir competir. Quem perdeu com isso foi as esposas, né? – N: risos – que a gente deixava as mulheres em casa e saía pelo meio do mundo (BRASIT, 2019).

Quando o som automotivo “estourou” no estado, diversos empreendimentos tentaram obter sucesso financeiro e se consolidar com maior ou menor êxito como um destino permanente dos *amantes* de som automotivo, *tuning* e *rebaixados*. Essa competição, que acabou representando disputas simbólicas, políticas e territoriais explícitas ou veladas entre regiões do estado, aconteceu entre os vários organizadores, muitas vezes levada a cargo por produtores regionais; entre as empresas profissionais de realização de encontros e competições, como a nacional MTM, a pernambucana dB Champions e a arapiraquense V8 para suprir a crescente demanda por aferições legítimas e promoção de competições justas; entre as equipes de competidores propriamente ditas; e entre lideranças e comunicadores, procurando se firmar como porta vozes e personalidades do som automotivo. Enquanto encontros eram organizados por atores locais, prefeituras, produtores independentes e equipes, a exemplo daqueles organizados por JP SOM em Campo Alegre, outros personagens buscavam dominar grandes polos, como Ygor Paixão em Arapiraca, cidades circunvizinhas, rivalizando com Ygor Bará, e Sertão, e ambos com Júnior Brasit, que, ambicionando criar um circuito integrado de

competições sob sua iniciativa, alcançou a capital, Maceió, algumas de suas imediações e duas famosas cidades litorâneas, São Miguel dos Milagres e Maragogi.

Percebendo o cenário propício que se abria para fazer engrenar seus projetos alternativos, com um público de milhares de pessoas que passava a frequentar os eventos, Brasit tomou pelo menos duas iniciativas para agarrar as oportunidades surgidas no contexto do *boom do som automotivo*. A primeira delas foi o intento de criar uma associação, semelhante a uma associação esportiva, para registrar e apoiar as equipes em todo o estado, organizar espaços, regulamentar os encontros e competições. A associação dos *hobistas* de som automotivo serviria também para dar respeitabilidade à causa e fazer mediações com o poder público, já que os *amantes* estavam sob forte escrutínio público. A outra iniciativa foram os eventos que passou a organizar entre 2013 e 2014.

Brasit não se considerava um pioneiro na área. Já existiam eventos antes, admitiu. Mas, de certo, lhe caía bem a palavra inovador. “Muitos falam, muitos falam, né, que quando eu entrei nesse negócio eu... toquei fogo, né, no negócio, botei pra gerar, eu inovei”.

A grande ideia do empresário consistia em levar para os encontros, além das atrações de costume, artistas que estavam em alta nas playlists dos paredões, falou entusiasmadamente. Os paredões possuem playlists próprias. Forró eletrônico, Funk, Pancadão, Brega Funk, Eletrônica. No espectro dessas músicas dançantes, o que realmente importa é que as faixas sejam equalizadas para ressaltar a qualidade e as frequências preferidas dos aficionados no Nordeste, os médios, no caso. Para isso, uma indústria de venda de CDs, inicialmente, e agora pen drives se desenvolveu. Ela é levada a cabo por seletores que fazem nome através do compartilhamento virtual, de propagandas nas transições de músicas, no Facebook, Instagram e Youtube e no boca-a-boca<sup>27</sup>. Dentre os artistas que tocavam nos paredões, Brasit trouxe Aldair Playboy, Jerry Smith e Troinha, todos com fama na região. Após as acrobacias de motos e a magnetização do público pelas *lava car sexys*, os campos repletos de paredões e sons de mala abriam espaço para um paredão ou carreta convidada que forneciam o som para esses artistas. Daí se desenrolava

---

<sup>27</sup> Links de divulgação e download podem ser encontrado em endereços como o [www.suamusica.com.br](http://www.suamusica.com.br), que divulga o trabalho de vários desses seletores:

<https://www.suamusica.com.br/franciscoalves157/cd-selecao-de-som-automotivo-pra-paredao>

<https://www.suamusica.com.br/augustoaquino633/cd-som-automotivo-paredao-rep-novo-loud-cds-black-cds>

a festa, que não era mais de competições, mas de contemplação de sistemas sonoros modelos para uns, e de pura diversão dançante para outros.

A engenhosidade de Brasit não parou por aí. Esse paredão poderia *clipar* com outras atrações convidadas, e fornecer o máximo de pressão sonora sobre o público. *Clipar* significa parear com outros equipamentos, fazer com que vários paredões toquem a mesma música saída do mesmo player, ou banda, no caso. Brasit pensava assim criar a conexão perfeita entre o ouvido treinado dos aficionados por áudio e som automotivo e a festa que atraía jovens, homens e mulheres adolescentes, para beber, paquerar ou simplesmente dançar.

Mas ambos os projetos foram malfadados. Brasit, um pouco ressentido e frustrado, lamentou o que chamou de falta de união dos *hobistas*.

Essa falta de união, o projeto não conseguiu seguir à frente. Até porque tudo leva custo, né, e a gente não tinha incentivo de nada e ninguém- a gente teria que cobrar a entrada das pessoas para que as pessoas tivessem acesso e muitas vezes o próprio hobbista não entendeu isso e acabou muitos não querendo ir para os encontros, e a gente, quando promovia o encontro, a gente promovia o intuito também de promover o hobby

Brasit, assim como Ygor, caíra de cabeça no que via como uma oportunidade de unir prazer e negócio. Tiveram fins diferentes, o primeiro, até o momento de nossa conversa, abandonando ambos; o segundo, substituindo o *hobby* pelo negócio. Mas um e outro, como *hobistas* e empresários, perceberam habilmente as novas possibilidades que se montavam em torno do interesse de um público de origem popular, significativamente dos interiores de Alagoas, que, como Ygor bem percebeu, mais sensível ao borramento das fronteiras simbólicas entre classes que se erigiram no passado, “não era do meio”, não tinham, como ele e os *playboys*, uma história com o som automotivo.

#### 4.3 PERIFERIZAÇÃO E MUDANÇAS NAS BALANÇAS DE PODER ENTRE CAPITAL E INTERIOR

Essas disputas pelo público de competições de som automotivo, mais acirradas na época do *boom*, já exprimiam com alguma eloquência transformações nas relações de forças materiais e simbólicas entre capital e interiores, mais fortemente Arapiraca. Ygor e Brasit cruzavam nessa aventura o caminho de dramáticas transformações econômicas, técnicas e culturais que redefiniram as paisagens urbanas nas últimas três décadas a partir das periferias. Trata-se do processo de periferização que se constituiu mais intensamente a partir da década de 1990, o qual decorreu, em grande medida, de rápidas mudanças sociais impulsionadas pela implantação de políticas neoliberais, transformações na infraestrutura econômica e tecnológica e as pressões e condições impostas à força de trabalho, cada localizada nas regiões urbanas. Combinadas, elas contribuíram fortemente para redimensionar a experiência social e conformar o traumático padrão de periferização recente no estado.

Um grande marcador dessas transformações mais abrangentes, de escopo global, que sobredeterminou destinos de milhares de trabalhadores rurais em direção às periferias urbanas em ritmo acelerado, foi a reestruturação dos setores produtivos, sua racionalização e monopolização dos espaços. Isso ocorreu em vista das novas condições que passaram a vigor no país com a abertura dos mercados sob políticas de inspiração neoliberal, com destaque para o setor sucroalcooleiro, que constituiu o principal componente da economia alagoana, de norte a sul, na região da mata e com fortes consequências para o semiárido, e sua crise na segunda década dos anos 2000. Também deve-se considerar o declínio da cultura fumageira e suas consequências no Agreste. Reconstituí parte desse processo em minha dissertação, que recuperarei brevemente aqui, dessa vez para projetá-la sobre grande parte do território alagoano e indicar dinâmicas que impôs, junto a outros fatores, à ocupação do espaço urbanos na capital, pequenas e médias cidades, com menos impacto no alto sertão.

As pressões exercidas pela modernização do setor sucroalcooleiro, com a substituição dos engenhos banguês tradicionais pelos métodos industriais das usinas, iniciada no fim do século XIX, e pela intensificação da competição em escala nacional e global daí advindas, impulsionaria, em grande parte do estado, um deslocamento contínuo da população rural observado já na década de 1920 e acentuado a partir da década de 1960 (CARVALHO, 2009; BRANDÃO, 2018; LIMA, 2014). A desocupação de terrenos antes pouco propícios ao cultivo da cana, garantida pela aplicação do conhecimento técnico-científico ao plantio, a substituição

da mão de obra pelo uso de maquinaria especializada na colheita e as mudanças ocasionadas pela desregulamentação das relações de trabalho figurou como os principais fatores relacionados à indústria sucroalcooleira responsáveis pela redistribuição populacional e pela reconfiguração do espaço urbano<sup>28</sup>. Isso, quando não favoreceu o surgimento de um mercado político relacionado às demandas por habitação por parte das camadas migrantes e mais pobres, impulsionou de forma ainda mais desordenada a ocupação dos entornos urbanos, quando a estrutura fundiária permitia. Quando não, a capital era o destino dos desterrados.

Na década de 1990, a relação entre o desenraizamento das populações rurais e a reconfiguração do espaço urbano assumiu forma mais dramática do que nas décadas anteriores. Nesse período, Carvalho (2009), Lima (2014), Brandão (2018) apontam que o setor sucroalcooleiro sofreu um grande revés nas condições privilegiadas de mercado que o sustentava com o apoio do Estado sob várias configurações desde a formação da colônia portuguesa no Brasil. O avanço do modelo de estado neoliberal marcou o fim dessa regulamentação, promovendo intensas transformações nos estados produtores do Nordeste, em especial Alagoas, não restritas somente aos agentes produtivos envolvidos.

A abertura do setor ao mercado concorrencial ocasionada pela desregulamentação estatal promoveu, sobretudo com a revogação das reservas regionais de mercado e do controle sobre os preços, uma reestruturação produtiva do setor, impactando, de modo dramático, as relações de trabalho e os espaços do campo e da cidade. A competição ampliada, tendo como principal concorrente nacional as usinas do estado de São Paulo, revelou as muitas debilidades da estrutura produtiva das empresas do estado, que incluíam endividamento e poucas vantagens competitivas relacionadas a aplicação do conhecimento técnico-científico sobre o plantio e transformação da cana. Isso promoveu a diminuição do número de usinas em funcionamento em Alagoas. As usinas restantes, por sua vez, mantiveram-se no mercado através da concentração de capitais, recursos técnicos, e pela redução de custos do plantio e da colheita através da mecanização.

Somado aos efeitos estruturais desses fatos para a oferta de trabalho no campo, a equiparação do salário do trabalhador rural ao urbano após promulgação da carta constitucional

---

<sup>28</sup> Sobre a modernização do setor sucroalcooleiro e suas consequências sociais, ver CARVALHO, 2009.

de 1988, e o aumento das expectativas de direito entre essas populações levou a derrubada, em Alagoas e Pernambuco, de 40 mil casas situadas no território das usinas pelo receio da firmação de vínculos e sua responsabilização (CARVALHO, 2009). Isso destinava os trabalhadores do campo às grotas e à parte alta da capital, promovendo também inchaços e evasões em regiões metropolitanas do interior, com destaque para Arapiraca (NARDI, 2010).

Na “capital do interior”, passada a época gloriosa da agricultura fumageira, entre as décadas 1970 e 1980, o aumento da competição global nos anos 1990 levou a cultura do fumo a uma crise cujo resultado foi a monopolização dos espaços de agricultura familiar e sua racionalização, promovendo o aumento populacional e intensos fluxos entre cidades satélites. Os exemplos são Taquarana, Coité do Nóia, Craíbas, Campo Grande, Girau do Ponciano e outras regiões do estado e do país. Se de 1996, quando se sentiu com força a crise, a 2000 a taxa de crescimento populacional da cidade era de 7,6%, na contramão do esvaziamento do campo, de 2000 a 2007 essa taxa subiu para 8,5 (NARDI, 2010). Quando se olha para o panorama geral em todo o estado, percebe-se um desenvolvimento congruente, embora não uniforme em todas as macrorregiões: Lima (2017) aponta, com base no Censo de 2010, para um crescimento da população urbana de 58,7% em 1991 para 73,64% em 2010, tempo em que a população rural caiu de 41,05% para 26,36%.

Esses processos resultaram, segundo Nardi (2010), no crescimento econômico inesperado de Arapiraca. A cidade teve um aumento expressivo de seu PIB entre as décadas de 1990 e 2000 centrado no setor de comércio e serviços, na contramão da participação do setor fumageiro, seu principal produto agrário, e do leve aumento na indústria. Além da diminuição de empregos formais em tempo integral e temporário, Nardi conta que a chegada da Universidade Federal de Alagoas à cidade transformou os serviços no sentido de inaugurar prédios de aluguel de quartos para universitários, impulsionar o sistema hoteleiro, criar boutiques caras, supermercados e desenvolver uma rede de bares, reestruturando a economia em torno do setor de serviços. Arapiraca virou um alvo de investidores maceioenses, donos de parte desses novos empreendimentos, e dependente da sua taxa de retorno para o reinvestimento, vulnerabilizando sua economia e a força de trabalho. Uma consequência disso, conta, foi a metropolização da região e o enfraquecimento dos municípios vizinhos, que passaram a depender sobremaneira dos mercados de trabalho e consumo de Arapiraca. Foi

através desse percurso de desenvolvimento recente que a cidade se tornou popularmente conhecida como “A capital do Interior”.

Nesse cenário propício à exploração de serviços de diversão que havia se tornado Arapiraca e região, Ygor resistiu às adversidades após o endurecimento das leis em 2017 e, sobretudo, das fiscalizações. O investimento na V8 era uma prova da visão positiva que tinha do setor. A partir dela, ficou mais fácil conquistar outras regiões, já que, quando não era o organizador, era chamado para realizar e homologar competições. Antes disso, no auge dos eventos, enfrentava resistências para entrar em outras áreas de disputa, uma delas o impedindo de realizar um evento já marcado.

Como disse, muito ressentidamente, organizara tudo em Palmeira dos Índios, cidade que divide as regiões agreste e sertão de Alagoas. Conseguira o espaço, a alvará dos órgãos da prefeitura e corpo de bombeiros. Às vésperas do evento, para sua surpresa, “fizeram” um abaixo-assinado protocolado na promotoria para que o evento não acontecesse. Atrações, hotéis reservados, confirmação de *hobistas* de todo o estado. Tudo foi cancelado. Só lhe restou reprogramar, às pressas, o evento para uma cidade vizinha com data marcada para o outro dia. Ygor creditou o cancelamento do seu empreendimento em Palmeira ao fechamento de empresários da cidade a iniciativas de fora. Não quis citar nomes. Mas lamentou, com um gosto amargo na boca, que os palmeirenses estivessem submetidos até então à vontade dessas pessoas, muito provavelmente rivais de empreendimentos de diversão.

Com a desistência de alguns organizadores, como Ygor Bará, que dividia com Ygor a região de Arapiraca, este ganhou espaço também no Sertão alagoano.

olha... eu já fiz... no sertão já fiz em várias. Já fiz em Batalha, já fiz em Santana do Ipanema, inclusive, na festa da juventude a minha empresa foi uma... dois anos. Nos últimos dois anos a gente foi contratado pelo próprio evento, pela própria prefeitura pra fazer a medição do campeonato. [em Santana, né?] Em Santana do Ipanema que é uma festa da juventude que é 51 anos aí de festa e a gente começou a entrar lá em Santana, fazendo medição. Cajueiro, Viçosa eu já fui fazer medição. Acho que no estado todo, onde tem som automotivo eu já fui fazer, ou fazendo o evento ou contratado pela empresa que tá fazendo o evento, pelo pessoal, pra fazer a aferição.

Há 9 ou dez anos atrás, já havia organizado um evento em Maceió, o Maceió Street Car, que fora um sucesso, contou. A capital, entretanto, tinha a figura de Júnior Brasit crescendo, com contatos da estrutura administrativa e o apoio de *hobistas* locais. Esse não fora o motivo que Ygor levantou. Preferia estar na sua cidade, Arapiraca. Mas com todas essas investidas no agreste e sertão, é difícil não pensar que teria de competir com Brasit na capital. Com o desinteresse deste e de outros organizadores locais de menor influência, amparado em sua perseverança quanto a possibilidade de sucesso com seus empreendimentos, Ygor planejava, em abril de 2020, retornar a Maceió com um novo evento, mas foi inviabilizado pela pandemia do Covid-19. Na disputa de forças que tratava da conquista de territórios a qual envolvia a influência sobre aparelhos administrativos, prestígio e público do interior do estado, “a capital do interior”, mas também outras pequenas e médias cidades, têm mostrado, através de mudanças no peso relativo das disputas pelo domínio dos eventos lucrativos, sintomas de uma nova etapa da modernização dos interiores alagoanos que envolveu transformações significativas nas subjetividades populares.

Arapiraca, eu digo a você que hoje, ela em termos de som automotivo e paredão, ela consegue ganhar de... de... da capital [sim] que é Maceió [sim], né... então hoje tá muito disputada essa questão, e aí, a gente vê assim, um evento como esse que a gente tá fazendo agora, a gente vê que muitos vem de Maceió pra cá prestigiar o evento com seus sistemas também pra cá, e eles hoje tem um certo alinhamento [hum], entre a galera que monta som aqui, monta som em Maceió e eles tem... e existe uma certa disputa, né? risos. (YGOR PAIXÃO, 2019)

Daqui em diante, irei explorar um conjunto de tramas de interdependências sociais que se teceram ao longo da última década o qual resultou na criação de espaços de valorização e disputas de som. Eles vão bem além dos encontros organizados para os embates ensimesmados entre a “elite” do som automotivo em Alagoas. Meu objetivo com isso é mostrar que a esses eventos subjazia uma tecitura mais complexa de relações fabricadas no cotidiano entre donos de paredões e pessoas das periferias que tanto lhes conferiu legitimidade quanto tensionou a ordem sociourbana de cidades alagoanas.

#### 4.4 SOM AUTOMOTIVO E PERIFERIZAÇÃO URBANA: UMA CENA DO INTERIOR

O problema causado pela perturbação sonora em São Miguel dos Campos, que tinham nos conjuntos habitacionais populares seu centro de tensões, mantinha uma relação estreita com o processo de periferização recente da cidade e seu impacto sobre a organização popular do lazer. Em 2013, pouco antes de eu iniciar minhas incursões pelos bairros populares da cidade em busca de donos sons potentes que “infernizavam” a vida de alguns de seus vizinhos, aconteceu uma edição desse calendário de encontros e competições realizada pela dB Champions (ALNOTÍCIAS, 2013). O evento foi considerado um sucesso, comentado ainda tempos depois na cidade, inclusive por Vinho, aquele técnico que me ajudou no início, e atraía um público significativo, entre homens, mulheres e crianças dos bairros. Os miguelenses já estavam acostumados com as festas de paredões que ora ou outra irrompiam em postos de gasolina, ruas e praças, mobilizando forças jurídico-policiais e políticas para o seu controle. Quanto mais nas periferias da cidade<sup>29</sup>, os moradores dos bairros populares conviviam, nos espaços apertados das calçadas e ruas, com donos de sons potentes, automotivos ou não, que tinham nos paredões uma espécie de modelo de festa ideal.

Tô pensando em vender meu som atual para investir em um que vi na loja lá embaixo, já montado. 3.000 reais. Eu considero um paredão. Comparando com o meu, esse da loja tá nas nuvens. Dá pra fazer uma farra pesada!

Alex Sandro<sup>30</sup>, dono dessa fala, vivia no bairro Hélio Jatobá III, criado para abrigar pessoas de origem parecida com a dele, um migrante do campo obrigado a sair de sua casa por causa da reestruturação produtiva das fazendas. Era um bairro bastante discriminado pelo histórico de violência e pobreza, e, além do mais, era adicionado sobre ele uma camada simbólica de outsider em relação aos moradores com vínculos geracionais de mais longa data. Em 2015, aos 30 anos, Alex era operador de máquinas da Usina Caeté. Havia mudado aos 14 para São Miguel dos Campos de uma fazenda localizada próxima ao município para morar na casa de uma irmã, que havia se mudado algum tempo antes. Foi, a muito contragosto, com o

---

<sup>29</sup> que significava não morar nos bairros mais antigos e nobres ou no conjunto habitacional que abrigava médicos, advogados e professores universitários,

<sup>30</sup> Nome fictício.

resto da família e, um tempo depois, praticamente todos os moradores da propriedade rural haviam partido também. Para ele, a vida na fazenda era muito melhor que aquela que tinha então. Revelava isso quando lembrava das festas que realizava junto de todo o arruado onde morava. Sua família, mãe, pai, irmão e irmãs, ao contrário daquilo, fragmentaram-se em regiões diferentes da cidade, e o jovem passou por um período de adaptação difícil à vida integralmente na cidade durante a adolescência, ainda não experimentada plenamente.

Conheci Alex por intermédio de seu primo, um vigilante do local no qual eu trabalhava, também com história de migração da zona rural para a cidade, que o tinha como uma figura carismática, tranquila, mas incompreensível em sua *paixão*. Alex gostava de som desde a infância e era com isso que justificava sua fixação em comprar peças e mais peças para seu equipamento. Trabalhava desde criança. Seu pai não o deixara estudar, pois precisava ajudar a família com o serviço pesado da fazenda. Nos dias de folga, muitas vezes a diversão era mexer, ele e o irmão, no aparelho de som *Microsystem* de seu tio, que sempre aparecia para *tomar uma* com seu pai. Desde aquela época, dizia, queria *montar* um som para ele.

O sonho apenas começou a ser realizado em 2008, quando comprou o que chamou de *receiver*, equipamento usado para conectar diferentes tipos de aparelhos eletrônicos, fornecendo um centro de controle da equalização e do volume. O equipamento estava lá no canto da sala em uma estante reservada apenas para a aparelhagem, ainda com aspecto de novo. Era o templo de Alex. Depois dele, comprou uma *mesa de som*, que me mostrou como operava, rodando os potenciômetros para lá e para cá, modificando as frequências dos bregas e arrochas que me apresentava. Era *Adelino, Pablo, Pônei do Arrocha*.

Em relação ao *receiver*, dera com ele um salto no aperfeiçoamento das frequências. Também fora somando alto-falantes cada vez maiores que comprava depois de um tempo, juntando dinheiro e esperando as melhores oportunidades, muitas vezes de equipamentos usados por outros *amantes*. Quando um ficava muito ultrapassado, dava ao seu irmão, que também gostava de fazer *zoada*, “som pra ouvir a pancada”.

Alex arrastava seu som para a calçada nos fins de semana com dificuldade para atravessar o umbral da porta, devido ao tamanho. A intenção manifesta era passar o dia *relaxando*, digo, bebendo muito, comendo e, se pintasse alguns amigos, conversando. Certa vez, contou, estava tão bêbado no final da tarde que pegou no sono deitado à porta com metade

do corpo dentro de casa, metade fora. Coube-lhe apenas puxar suas pernas para dentro, no momento breve de despertar, e fechar a porta, onde dormiu ali mesmo no chão.

A ideia de traduzir *relaxamento* por um dia de bebedeira pesada, acompanhada de música em último volume, era compartilhada por outros donos de sons que tinham condição semelhante à de Alex. Empregados da usina, ou mototáxis, tinham a farra como forma de contrabalançar a semana de trabalho intenso para sustentar a família. No caso de Alex, por causa dessa obrigação, geralmente não saía. Mas quando saía, enfatizou, “não tem hora pra chegar”. “Se vou beber na casa de um colega ou num barzinho, enquanto tiver dinheiro no bolso e se divertindo, não tenho hora pra voltar. Fico até amanhecer, às vezes. Mas, normalmente, é de casa pro trabalho e do trabalho pra casa”. As ambiências dos paredões, já bem famosas na época, ensejavam o feliz encontro entre uma tradição de som e bebedeira que trazia da sua família na fazenda e o modelo de diversão, carregado de superlativos sonoros e alcoólicos, que se popularizara através do som automotivo.

Suas festas e *paixão* por som, entretanto, não estavam encapsuladas na residência. Estavam atadas a redes de valorização mais extensas que incluíam, além de outros proprietários de som da cidade, familiares, amigos e vizinhos que apareciam às vezes para pegar carona na diversão. Sua casa fora autoconstruída, da mesma forma que muitas no bairro, aliás como em todas as periferias brasileiras. Parte desse processo foi regado a muito som e bebida com os *parceiros* que lhe prestaram ajuda naquela empreitada. Por causa do seu som, também era reconhecido entre os colegas da usina. Recebia muitos pedidos de empréstimo, e mesmo parte da vizinhança, com quem dividia involuntariamente as festas, simpatizava com ele, apesar de estar sempre em alerta com alguns vizinhos evangélicos que chamaram a polícia duas ou três vezes, suspeitava.

Os donos de sons como Alex, quando não os comercializava, e mesmo enquanto tal, eram constantemente aliciados para emprestar o equipamento para amigos e familiares. Viviam em uma sinuca de bico: manter a solidariedade ou ter um equipamento que traduzia longo investimento e esforço avariado? Era o dilema de Adalberto, com quem iniciei todas essas histórias na parte 3. A caixa que montara, e usava para ganhar dinheiro, era o tempo todo requisitada por sua família. Por isso a emprestara algumas vezes. Não pôde negar, porque ficaria feio para ele. Eram festas de que geralmente participavam tios, irmãos, sobrinhos, cunhados,

enfim, a família estendida. Mas estava decidido e não mais o fazer. Não sabiam usar o equipamento, furaram as bocas, certa vez, aumentando demais o volume, o deixando bastante irritado e com o prejuízo. Não acontecia muito diferente com Alex.

Os donos de sons também eram chamados para tocar em aniversários e outras confraternizações da família e de amigos. O vigia, primo de Alex, precisara, tempo antes de nos conhecermos, do som e do comando de seu irmão, Valter, que trabalhava como mototáxi, para dar a grande festa de 18 anos que sonhara para ele mesmo. Jean Carlos, como se chamava, havia saído do emprego da usina e guardara parte do dinheiro, com disciplina, para realizar esse grande momento imaginado meticulosamente meses antes. Queria uma *farra pesada* para 50 pessoas, com cerveja o bastante para não passar vergonha, uísque, muita comida e música. Era garçom nas horas vagas, trabalhando nos maiores eventos da cidade, de igrejas evangélicas a gente muito rica, e formara opinião sobre o que era uma festa *padrão*.

Sob sua coordenação geral, ficaria por conta de financiar e garantir a qualidade da comida e bebida, e seu irmão dos serviços de DJ, papel que deveria assumir na festa. A casa onde fez o aniversário era pequena e apertada, como a maioria nas periferias de São Miguel, delimitadas de forma racionalizada para atender uma demanda grande e rápida por habitação que se seguiu a vários impulsos migratórios. Então procurou estender o espaço da festa à frente da residência em uma praça que separava as casas do movimento perigoso da BR, funcionando como muro de proteção. Lá ele colocou uma tenda que alugou, onde seu irmão ficou operando o som. Num acontecimento como aquele, não podia faltar a grandiosidade do som, que coroaria os esforços da auto-homenagem.

Atraiu-se então parte da vizinhança para a praça, enchendo de crianças. Isso era a primeira coisa que acontecia, lembro bem das minhas moradas na cidade. O aniversário fora a diversão da rua naquele dia, levando moradores para as calçadas, para conversarem e até beberem juntos ao som dos bregas de Valter, tão especialista cultural quanto Alex. Pude conhecê-lo um pouco, e em pontos como esses eram muito parecidos, além de terem origens semelhantes. Os moradores da rua tinham ali para o que olhar além do movimento da BR.

Personagens como Alex, Adalberto e Valter, além de serem o terror de alguns vizinhos, cumpriam para outros tantos, de forma diferente, o papel que as comunidades de bairros, mais estreitamente enlaçadas, exerciam no passado bem próximo. As constantes brigas entre

proprietários de sons e vizinhos em relação ao uso dos sons tinham lugar no contexto da reconfiguração dos laços socioespaciais que atuavam no suprimento das carências populares por lazer. O desenvolvimento urbano, marcado pelo aumento expressivo da concentração populacional nas periferias através migrações no sentido campo-cidade, foi acompanhada, nas décadas de 1990 e 2000, pela deterioração de espaços coletivos de lazer, emoldurados pela escassez, e uma reorientação decisiva no sentido de sua mercantilização dos recursos culturais, dos parques naturais, das bicas e do acesso a praias próximas, como o Gunga. Estava quase completo o desmonte dos já frágeis laços comunitários e sua substituição por uma paisagem social culturalmente mais diferenciada e socialmente tensa e estranhada.

Sob as condições de vida desses aglomerados urbanos com origem e identidade social diversa – evangélicos, católicos e “macumbeiros”; trabalhadores e “vagabundos”; “criminosos” e “gente de bem”; e antigos moradores e novatos – em espaços comunitários enfraquecidos, muitas vezes com vínculos socioespaciais e geracionais interrompidos, e do desenvolvimento de uma estrutura de acesso, ainda que precário, a bens materiais e simbólicos, ocorreu para parcelas da população a autonomização relativa para a satisfação de suas necessidades materiais e culturais através do mercado (SANTOS; RODRIGUES, 2019). Se não se podia ir sempre às bicas, balneários e praias, o som do vizinho, aficionado também por festa e música, estava de bom tamanho. A montagem de sons por alguns personagens das periferias e pelos *playboys* que se deslocavam dos bairros nobres para regiões mais receptivas dos bairros periféricos fornecia para muitos, nesse contexto, a oportunidade de diversão gratuita.

Os paredões se tornaram em São Miguel tanto modelo de diversão quanto forma de interpelação de estilos de vida a jovens homens das periferias que, recorrendo aos mercados culturais, lícitos e ilícitos, procuravam orientar-se numa paisagem social mais complexa e movediça. Fizera um ponto de ligação entre disposições originadas nas experiências da fazenda e a paisagem cultural da cidade, que sobredeterminava o mercado como via de autoprodução sob o encargo de indivíduos e famílias. Em um país marcado pela exclusão histórica de milhões de pessoas do acesso ao emprego formal, aos créditos imobiliário e financeiro e ao consumo de “modernidades”, o mercado, ainda que acessado precariamente, tornou-se a principal forma de orientação da ação num espaço-tempo mais fluído e comprimido e o consumo, como consequência, o meio fundamental de (re)constituição de identidades. Em São Miguel dos

Campos, os espaços de lazer nas periferias foram recriados, em grande medida, a partir das demandas que se cercavam dos imperativos do consumo e da diversão como esfera importante de autorrealização individual e coletiva.

#### 4.5 EQUIPES DE SOM AUTOMOTIVO: AÇÕES DIURNAS, DIVERSÕES NOTURNAS

Amilton, o dono do depósito de água mineral em apuros de que falei na parte 3, participava de uma equipe que formara com seus amigos há mais ou menos seis anos atrás. Eles a batizaram de equipe *Ostentação*. Tinham até a registrado, junto com seus presidente e vice, em algum lugar que não sabia dizer onde. “Foi Rosicleto quem fez”, falou alheio ao fato. Era com ela que gostava de ir aos eventos no estacionamento do Jaraguá, ou mesmo na fazenda onde Brasit organizava encontros próximos à capital.

Especialmente, Amilton gostava do momento em que se deparava com as outras equipes. “Chegava as equipe tudinho – Só Sossego, Rajação, Luxúria – todo mundo com som, ou quem não tinha, tinha carro rebaixando, tinha moto, aí chegava a equipe da gente aí chamava a atenção, né?” Era como um evento de moto clube, “tipo os Abutres”, só que de som. Fizeram até logomarca, adesivaram os carros, padronizaram as camisas, como as outras equipes mais antigas já faziam, e desse jeito atravessavam a cidade rumo aos encontros, enfileirando-se ao chegar para, como disse, conversar, tomar cerveja e se divertirem.

Nos eventos, na dinâmica dos rachas, Amilton lembrou saudosamente os momentos em que ele e seus amigos *clipavam* três ou quatro sons, rodeando as pessoas que se atraíam para seu centro para dançar. Ligavam um som no outro por meio do dispositivo bluetooth e comandavam o player, sentindo a resposta da *galera*. Dentro de um campo com dezenas de paredões ligados, a *clipagem* dava chance à equipe de ser ouvida, prestigiada, atraindo pessoas e, naturalmente, instigando contra-ataques das outras equipes pela magnetização da atenção daqueles presentes.

quando eu tava bebendo, a gente, geralmente, no espaço reservado que tinha lá... competia eu digo assim, né, num era competindo com medidor não,

competia assim: um aumentava do lado, um aumentava do outro, né, e geralmente sempre tinha gente que dançava aí o pessoal procurava dançar no som que tinha mais qualidade, né, o que tinha mais na frente, e a gente que tem som a gente sempre, na realidade, a gente que tem som, a felicidade da gente é ver o pessoal dançando na frente, porque na realidade a gente não faz o som pra gente, a gente faz o som pra população, pro pessoal que tá curtindo direitinho, né, agente é como um DJ, né, mais isso.

Antes de qualquer coisa, a equipe de Amilton era, do seu ponto de vista, uma espécie de fraternidade entre amigos que compartilhavam o interesse por som automotivo e festas. Mas no período do *boom*, quando os encontros concentravam milhares de pessoas e dezenas de equipes da capital e do interior, a criação e identificação mais enfática dos grupos passaram a ser também uma exigência prática dos encontros, na medida em que as competições, mais acirradas, passavam a dividir prestígio e exigir tipos de solidariedade e coordenação menos personalizadas entre seus membros. A demanda por empresas homologadoras de competições, a associação malfadada de Brasit e o cadastramento das equipes existentes no estado surgiam, logicamente, como consequência do cenário de adensamento de participantes e público.

Algumas equipes, nesse processo, mais do que a equipe de Amilton aparentava, engrenaram como instituições esportivas/recreativas alimentadas pelo interesse de jovens das periferias em diversão. Usarei o caso de uma equipe em particular, com quem mantive contato, para ganhar profundidade sobre a dinâmica desses grupos. Com isso, gostaria de apontar alguns mecanismos que operaram por meio das redes que formavam as equipes para (re)criar, intergeracionalmente, parte importante do público dos paredões. Esses mecanismos descrevem algumas formas como a busca por divertimento e expressão construiu uma via de legitimidade para som automotivo, mesmo que sob constantes ataques.

A minha incursão nas equipes foi por meio da *Leões de Aço*, mediada pela figura de Henrique, seu presidente. Depois de conseguir o número de Whatsapp da diretoria em um site, que era administrado por sua esposa, logo cheguei ao seu número pessoal. O restaurante da Maria Gorda, no Shopping Pátio Maceió, foi o lugar escolhido por ele para nossa primeira interlocução. O shopping, como já disse, ficava às portas do Benedito Bentes, sua sede, e esse era o motivo de se sentir confortável para estarmos lá naquela tarde de quinta-feira, dezembro de 2019. Quando cheguei no local, Henrique, homem negro, entre 25 e 30 anos, já estava lá, sentado numa mesa do restaurante de sapatos, calça e camisa de botões; trabalhava antes de vir ao meu encontro. Cumprimentamo-nos, tomamos um suco e esperamos seu vice chegar para

começarmos a conversar, entre risos, brindes e o vai-e-vem de garçons atendendo às confraternizações de fim de ano dos outros clientes.

A equipe *Leões de Aço* surgiu em 2014 da cisão de uma equipe formada um ano antes por causa de desentendimentos entre seus integrantes. Parte dessa equipe formou, posteriormente, a Mão de Onça, contou Henrique, que viria a se dividir novamente. “O líder dessa equipe gostava muito de dizer: ‘a equipe é minha, faço o que eu quiser!’ Aí abandonou e disse que a gente não podia mais usar o nome da equipe dele”. Imediatamente, procuraram um novo nome. Pensaram “Leões do Asfalto”, mas já existia. Foi então que uma ex-integrante, Fernanda, que abandonou a equipe após casar-se<sup>31</sup>, deu a sugestão: “*Leões de Aço*!” “Aí pronto!”, disse Henrique. Sua estreia ocorreu no dia 29 de agosto de 2014 no estacionamento do Jaraguá, em um evento do Junior Brasit.

A *Leões* começou como uma equipe de som automotivo, *tuning* de carro e moto e *rebaixados*. Participando dos encontros na capital e nos interiores durante o ano de 2014, no ano seguinte começou a viajar para eventos fora do estado. O primeiro foi na Paraíba; em 2018, foram também para Recife, a convite da dB Champions, para receber um certificado de reconhecimento por suas participações e conquistas nas muitas edições realizadas pela empresa no estado. “De todas as equipes que têm, a gente é a única a ter esse certificado. Nenhuma outra equipe tem”. Essa era a época em que acontecia um evento atrás do outro, disse, “era direto!

No som automotivo, quem competia pela equipe era um antigo diretor do grupo. Tinha também a “galera da moto” e do *tuning*, este representado por Marcondes, que “tinha as motos mais tops de Maceió”. Todas essas figuras concorriam pela *Leões* por amor, disseram ambos, Diretor e Vice. A participação dos membros, o gasto de dinheiro em som, as modificações em carros e motos era por vontade, “você entendeu? por amor!” Para os competidores, a satisfação era o elogio do público; para a equipe, eram os troféus que colecionavam.

Entre aquelas que competiam também com o *tuning* e moto rebaixadas, Henrique considerava estar a *Leões* entre as melhores, o que parecia fazer sentido, dado o reconhecimento da dB Champions. Na parte de som automotivo e carro, a referência era a equipe *Largados*, de Maceió. Tinha também a *Zona Norte*, da Barra de São Miguel, e a *Pintando o Sete*, de Messias.

---

<sup>31</sup> A relação entre estado civil e participação na equipe logo ficará clara.

Mas a *Largados* era referência por ainda outro motivo: fora a primeira, senão do estado, pelo menos de Maceió. Entre 2012-2013, contou Henrique, só existiam encontros de som automotivo, *tuning* e *rebaixados* na parte alta da capital. Falava mais especificamente da Praça Padre Cicero, no Benedito Bentes. Foi lá que a *Largados* começou a promover encontros que ganharam cada vez mais público. “Juntava a turma e ia pra praça... botava seu som...”. Vieram depois a *Leões de Aço*, a *Playboy Liso*, *Nois que traça*, *No Grau* e várias outras. Com a *Largados* dominando a parte alta de Maceió, pouco tempo depois Brasit surgiria na parte baixa da cidade, gravando o estacionamento do Jaraguá na memória afetiva dos aficionados que viveram a era de ouro do som automotivo no estado.

Faz sentido dar proeminência ao Benedito Bentes e à parte alta da cidade quanto aos encontros, já que, como vimos, em 2014 ocorria o 12º Mega Encontro Automotivo no bairro. Entretanto, ser categórico a esse respeito é impossível neste momento. O importante é destacar que bairros de periferia de Maceió faziam parte, desde o início, dos trajetos de *amantes* de som automotivo na capital, conectando aficionados, locais e de outros bairros, que encontravam áreas mais livres para o uso dos equipamentos e jovens à margem em busca de lazer.

Isso mostra, ainda mais se pensarmos no que os encontros viriam a se tornar no *boom*, que o processo de periferização maceioense gestou, além de um trauma coletivo, também canais de comunicação entre diferentes setores e frações de classes, espaços de cruzamentos de pessoas de origens e direções distintas no espaço social (esses cruzamentos mediados pela diversão já tinham sido observados por Rodrigues (2017), dessa vez em relação aos circuitos de Reggae em Maceió). Havia *playboys*, moradores das periferias mais endinheirados, pequenos e médios empresários dos serviços, trabalhadores formais e informais, estudantes. O caso de Brasit era emblemático, para quem o som automotivo, além do *hobismo*, despontou no horizonte como uma forma de reinvestimento econômico e simbólico. A derrocada do setor sucroalcooleiro tinha na contrapartida não só a diminuição da atividade econômica, mas a perda significativa do capital simbólico que revestia de tipos diversos de autoridade atores ocupados em funções de maior prestígio social. Ainda explorarei esse tipo de cruzamento aqui. À frente, vou dar continuidade ao interessante curso da trajetória da equipe *Leões de aço*.

Quando os encontros começaram a diminuir a partir de 2017, as competições a esfriarem no estado, a equipe passou a se concentrar mais em ações sociais, arrecadações de alimentos,

preparação de refeições para comunidades vulneráveis e moradores de rua. Não deixaram de participar dos eventos que lhe deram origem, mas certamente mudaram de foco.

antes, né, é... era som automotivo. Agora a gente tá mais... a gente vai pros eventos, não vai pra competir muito como é antes, agora a gente tá focando mais em ações sociais, entendeu? É... Correndo atrás de patrocínio... pra divulgar, né, ajudar a gente a fazer umas ações pras pessoas que mais... é isso... mas a gente sempre vai pra eventos e... mas não é o que era antes, né?

Essa mudança não alterava, no entanto, a base que lhe dava sustentação, se não material, social e moral: a juventude da periferia e seu engajamento em atividades esportivas, recreativas e diversionais. A juventude, tida de forma muito geral, havia sido um esteio da candidatura de Brasit para vereador de Maceió em nome do som automotivo. Sentindo crescer cada vez mais o corpo de leis, regulamentações e operações policiais que praticamente inviabilizava a manutenção duradoura de um mercado de competições em Alagoas, a maneira que Brasit encontrou para positivar e traduzir as demandas dos aficionados para a sociedade mais abrangente foi através do discurso do estímulo ao esporte e de oportunidades de lazer para a juventude maceioense (ASSOCIAÇÃO TUNING ALAGOANA, 2016). A equipe *Leões de Aço* e outras, na ocasião da mudança de prioridades, tornaram-se também cada vez mais sensíveis à negatização da imagem do som automotivo no estado, buscando formas menos polêmicas de manter-se existindo. Uma dessas formas foram as ações sociais, de tipo caritativo. Elas já haviam se tornado uma estratégia comum de organizadores e aficionados para positivar o *hobby*, que vinha sofrendo ofensivas da justiça e das administrações municipais e estadual. Mas, a partir de 2017, para a *Leões de Aço*, elas se tornaram o carro chefe de suas atividades (ASSOCIAÇÃO TUNING ALAGOANA, 2015).

Henrique me deu a oportunidade de vislumbrar como funcionavam a mecânica dessas ações, embora ela tenha sido atrapalhada pela pandemia do Covid-19. Em março de 2020, aconteceria, no Ginásio Fantástico localizado no “Biu”, nome de batismo popular do Conjunto Benedito Bentes, uma gincana organizada por 10 equipes no total. A gincana aconteceria com o intuito de mobilizar os integrantes e público para a arrecadação de alimentos não perecíveis. Posteriormente a isso, um segundo momento seria demandado. Era aquele em que as equipes,

e particularmente a *Leões de Aço*, mobilizaria seus membros para a produção de refeições para comunidade carentes como foco de seu trabalho social. Embora Presidente e vice admitissem contribuições de patrocinadores, grande parte desse trabalho era voluntário, disseram. A própria mãe do vice-presidente cozinhava, eles e outros membros ajudavam a embalar e distribuir em locais como o centro de Maceió, lugar de muitos sem-teto.

E onde ficaram os paredões nessa história? Enquanto a diretoria da *Leões* precisava responder, interdiscursivamente (FAIRCLOUGH, 2001), aos estigmas sociais que recaíam sobre o som automotivo e os moradores de periferias maceioenses, o que magnetizava os membros mais jovens da equipe, sua maioria, era mesmo os eventos de som, carros, motos, shows e festas de paredões. “A gente vai pra evento [vice: já é justamente pra isso] pra ver os paredões! [Nido: e é?] O integrante vai pra evento pra ver os paredões.” Como Rodrigues (2008; 2018) bem notou, quando olhada de uma perspectiva-eles, menos nós-centrada, a diversão nas periferias brasileiras assume papel relevante como forma de gratificação social e via para transformação de seu status humano. Refratada pelas lentes das elites econômica e científica nacionais para a avaliação das camadas pobres urbanas, que os focalizava a partir de parâmetros da modernização europeia e estadunidense, a diversão despontou nos anos 1990 como canal importante, senão central, de representação positiva das periferias na sociedade através da mediação de intelectuais e setores da mídia televisiva. Os programas televisivos Central da Periferia e Esquenta, da Rede Globo, foram resultados evidentes dessa articulação.

A juventude periférica era a força motriz da equipe, parte essencial do metabolismo que mantinha o grupo existindo, e apenas as ações sociais não dariam o combustível necessário para agregar os jovens. A *Leões* tinha na época de nossa conversa 105 membros. Segundo sua estimativa, 60-70% eram de adolescentes, 30-40 de maiores de 18 anos, com alguns idosos. Eram estudantes, trabalhadores de shopping, restaurantes, ubers e pessoas sem qualquer trabalho, grande parte desse último grupo feito de garotas, que Henrique confessou preferir para ajudarem na maioria das ações da equipe.

“Eu acho que o pessoal que tá lá, a gente vai por amor mermo. E... é isso aí! [Vice] [Presidente: Cara... assim... a gente é que nem time de futebol. Todo ano a gente tem que se renovar [Nido: Sim], entendeu? Pessoas vai, vem. Pessoas se casam. Pessoas tem filhos, aí tem pouco tempo. Que a gente era... se a gente não tivesse essas coisinhas, a gente ia ser uma equipe maior ainda. É porque muita gente se afastou [vice: é], porque cresceu, entendeu? Porque antes a gente se reunia muito na praça, então nosso foco era só se divertir, mas

a partir do... dos anos essas pessoas que curtia começou a crescer, a trabalhar, não ter mais tempo, ter filhos e pouca evento, então eu sempre defino e equipe como um time de futebol, porque todo ano ele tem se renovar, todo ano! É... tipo, sai 10 entra 15 e, às vezes, a gente tem até um pouco de dor de cabeça, porque uns entra pra brincar, mas depois começa a levar a sério e tem outros que já entra pra levar a sério mesmo.

As ações sociais criavam uma interface mais positiva e responsável para com a sociedade do ponto de vista de seus Presidente e Vice. Henrique explicou que isso vinha da maturidade que ganharam com o passar dos anos. Há um tempo, bastava ficar na praça do Biu juntando a galera para se divertir sem responsabilidades. Hoje, não: precisava devolver algo para a sociedade. O quanto isso fizesse parte, como disse Henrique, do seu amadurecimento como indivíduo, não seria possível entendê-lo sem o posicionar no contexto de estigmatizações lançadas não só contra o som automotivo, mas contra o Benedito Bentes.

O agora bairro Benedito Bentes teve origem no conjunto Benedito Bentes, criado em 1986 pela Companhia de Habitação Popular de Alagoas (COHAB) com a proposta de reduzir a carência por habitações populares em Maceió (GOMES, 2018). Construído para amparar 27.640 habitantes em 5.528 casas, em 2000 já tinha 67.967 habitantes, e em 2010, 88.084, superando o Jacintinho como o maior bairro de periferia da capital. 10 anos após sua construção, a constante vigilância dos moradores contra o que chamavam de “invasores” não foi capaz de impedir ocupações fora do plano de habitação projetado pela Cohab. Esses “invasores” eram pessoas em condição de pobreza com carência por moradia vindo da parte baixa da cidade e dos interiores, protagonizando o processo dramático de migrações impulsionado pela reestruturação produtiva do setor sucroalcooleiro, pelo desemprego estrutural e pela disputa por qualquer espaço habitável que fosse.

Passaram a integrar o bairro os moradores da favela Sururu de Capote e da favela Torre, ambas do bairro Vergel do Lago, moradores da favela Muvuca, do bairro Dique Estrada, moradores da favela do Canaã, do bairro Canaã, moradores da favela Cidade de Lona e da favela Portelinha, ambas do bairro Eustáquio Gomes. Moradores da cidade de Viçosa, moradores da cidade de Santo Luzia do Norte, moradores de Atalaia, moradores da cidade de Pilar, moradores da cidade de Branquinha e tantas outras cidades do estado (GOMES, 2018, p.120)

Hoje, pelo menos 30 conjuntos habitacionais populares, 19 grotas e 200 mil habitantes formam o que, popularmente, se conhece como “Biu”. Junto com o título de maior periferia da capital, o Biu ganhou também o estigma da pobreza e da violência que afeta principalmente os jovens negros. A efervescência da cultura jovem da periferia que se manifestava através da renovação de folguedos populares, de quadrilhas juninas, grupos de rap e som automotivo foi em muito obscurecida pela questão conceitualmente vazia e moralizante da “violência urbana” (FELTRAN, 2016) que povoa os veículos de comunicação. De qualquer forma, Henrique precisava responder a isso para manter a equipe de pé.

Criadas como *parceiragens* de amigos que procuraram se posicionar em meio a paisagem social dos encontros, cada vez maiores e socialmente mais diversificados a partir de 2012, algumas equipes, como a *Leões*, se desenvolveram, cresceram e modificaram sua forma de manter-se viva. Passaram a oferecer a jovens de periferias maceioenses, muitas vezes cindidas por rivalidades entre suas regiões internas, pela violência e por processos de urbanização caóticos, novas formas de agregação e sociabilidades que cresceram sob o signo da diversão. “Teve equipe que começou com um grupinho, daqui a pouco era... todo ano ia passando o evento, a galera queria entrar, achava massa a galera daquela equipe, aí começava a entrar. ... compra a camisa x agora tem a norma de cada equipe, pode isso... se fizer isso é expulso”, explicou Ygor, que considerava as equipes praticamente acabadas. Mas, pelo contrário, algumas delas se tornaram instituições mais complexas capazes de canalizar e direcionar práticas, regras, normas e percepções do universo dos paredões para gerações posteriores. Realmente não vi muitas camisas de equipes de som automotivo no Arapiraca Show Car. Essa dinâmica parecia, como bem sustentou Ygor, mais resistentes na tribo das motos. Equipes de som automotivo, entretanto, passaram a atuar em periferias na promoção, divulgação e curtição de festas quando não com a presença dos paredões, com uma ambiência sonora que pagava tributo à sua linguagem de competição, ostentação e luxúria.

#### 4.6 UMA FESTA DE EQUIPES: ELITES DA DIVERSÃO E OS ASES DA DANÇA

Nesta seção, vou recorrer a uma descrição mais longa de uma festa de equipes para evidenciar algumas formas como práticas, símbolos e hierarquias da cultura do paredão se

enredaram nos divertimentos de jovens de periferias alagoanas. Indo um pouco mais além, quero chamar a atenção também para canais de valorização que as festas abriam para alguns atores mais comprometidos com o cenário, principalmente a partir das habilidades de dança. Penso que esses aspectos podem ser entendidos, para além da própria diversão e da paquera, como mecanismos que magnetizaram parte do público das periferias, sobretudo jovens, mais interessados nas festas que propriamente em competições de som.

Fui convidado por Henrique para ir a uma festa de confraternização de equipes de Marechal, em que a *Leões de Aço* fora convidada, o que aceitei prontamente. A festa aconteceria no dia 14 de dezembro, a dois dias depois da nossa interlocução, no sábado, e eu poderia acompanhá-los em seu camarote com *open bar*, fez questão de destacar. Discutiu-se a possibilidade de eu ir junto com a equipe na van fretada que a levaria todos a Marechal<sup>32</sup>, que ainda tinha alguns dos seus 20 lugares não preenchidos, mas o transporte sairia da parte alta da cidade e ainda levaria algum tempo para que se decidissem sobre minha presença, o que achei arriscado; poderia não dar tempo de me organizar. Ficou combinado então de eu ir com o meu cunhado de carro e nós dois entraríamos como convidados, sem pagar ingresso. A festa foi divulgada da seguinte maneira:

Figura 30 - Imagem promocional enviada a mim por Henrique, Diretor da *Leões de Aço*

---

<sup>32</sup> Cidade da região metropolitana de Maceió.



Imagem: divulgação

Chegamos, por volta das 20h20, a uma rua de um bairro residencial repleto de casas de ambos os lados onde se encontrava o clube. Havia poucas pessoas em frente ao local e um pequeno aglomerado do outro lado da rua, na calçada de uma ou duas residências. Ou havíamos chegado cedo demais, o que parecia óbvio, ou teria pouca gente na festa. Os que estavam já em frente do clube antecipava o perfil dos participantes da festa: jovens entre 15 e 22 anos, negros, vestindo camisetas de marcas esportivas ou de surf estampadas, bermudas jeans ou de surf, chinelos e bonés coloridos. Embora esse padrão de vestuário fizesse com que todos parecessem muito semelhantes entre uns e outros, cada combinação de peças resultava em uma configuração diferente, chamando a atenção para contrastes de cores e estampas entre camisetas, bermudas e bonés. Os acessórios de prata completavam a apresentação de alguns, com correntes grandes e grossas em volta do pescoço, algumas carregando, aparentemente, um pesado pingente. Ostentavam as marcas de um estilo *Gangsta* que reforçava atributos de masculinidade ao mesmo tempo hedonista e guerreiro.

Muitas jovens vestiam blusas coladas ao corpo, boa parte mostrando a barriga, shorts curtos, sandálias rasteiras e poucos (ou nenhum) acessórios além do celular. Outras usavam vestidos justos e curtos com sandálias rasteiras. Os cabelos também refletiam certa simplicidade

do vestir-se para a festa. A maioria possuía cabelos alisados, sem penteados elaborados. Havia também aquelas de cabelos crespos, cacheados e ondulados. Isso não quer dizer que algumas não fugissem ao padrão e usassem vestidos soltos e mais longos, ou mesmo que apresentassem uma elaboração mais demorada do visual, como vestido vermelho, salto alto, maquiagem mais pesada e penteados. Mas era a minoria. Enquanto tomávamos Coca-Cola em uma barraca de sanduíche em frente ao clube, percebemos o fluxo de jovens aumentar. Muitos ficavam na porta um tempo conversando; outros entravam, pois já havia música tocando; e nós tínhamos que esperar a van com a equipe *Leões*.

Às 21h50, quando o fluxo de jovens tinha aumentado bastante, carros e, sobretudo, motos não paravam de chegar, muitas delas fazendo barulho, chegava também a van da equipe. Eram 13 pessoas, pelo que consegui contar na hora da entrada, oito homens e cinco mulheres, todos vestindo uniformes, todos os homens de calça e alguns de boné, as mulheres de shorts curtos, e bastante animados para a festa. Logo na porta do clube Henrique me reconheceu; apresentei meu cunhado e fomos chamados para acompanhá-los até à entrada, onde teríamos que passar pela catraca da bilheteria. Desde aí já comecei a perceber que a organização do evento era bastante profissional. Henrique pediu que todo o grupo esperasse enquanto ele pegaria os ingressos. Quando voltou, entregou um a um e disse para mim que “fizesse a cobertura do evento”. Entendi que o comando era que fizesse valer a regalia do ingresso e do camarote para conhecer e divulgar as ações das equipes. Enfim, após uma revista que tinha três ou quatro homens de terno preto encarregados, entramos.

O Society do Zezinho era um clube de lazer bem cuidado que na noite estava estruturada para a festa. Tinha, quando chegamos, piscina iluminada por uma luz azul, em que já se posicionava ao redor alguns jovens conversando e bebendo, uma grande área coberta onde o público se aglomerava ao som de um DJ, e espaços nas laterais. No lado esquerdo ficavam os camarotes das equipes, representados por seus brasões e membros uniformizados; no lado direito, mais amplo, dispondo de mesas e cadeiras com muita gente já sentada, vários quiosques vendendo bebidas. Mais ao fundo, ainda neste lado, ficavam os banheiros, sempre muito procurados com o ritmo acelerado da bebedeira em que se destacava a cerveja e o *capeta*, batida de cachaça com *quicky* de morango e leite condensado. O palco, colocado no centro da área coberta, projetava luzes coloridas e o som de batidas eletrônicas no estilo funk. Na pista, os

canhões de luzes, os lasers, o gelo seco e as músicas construía a atmosfera dos grupos de jovens que se reuniam ao redor de mesas altas de boate. Havia uma preocupação da organização de materializar a cultura da ostentação que os paredões passaram a compor junto com o Gangsta rap e o funk.

Figura 31 - Jovens à beira da piscina iluminada, enquanto o restante do público chegava



Foto: Nido Farias

Figura 32 - Vista da porta do evento, logo após entrar no clube



Foto: Nido Farias

Os camarotes eram estruturados por tendas, mesas e cadeiras de plástico com seus isopores térmicos conservando as bebidas. No caso da *Leões*, de Maceió, tudo saiu como cortesia pela sua presença na comemoração, e isso era motivo de regozijo para Henrique. As tendas serviam como base de apoio para os integrantes dos grupos, que sempre saíam para a pista e depois retornavam para se “abastecer” e confraternizar. As equipes, a maioria especializadas na organização de festas daquele tipo, não perdiam tanto tempo em se diferenciar das pessoas da pista, embora muitas sociabilidades dependessem de sua separação em relação com o resto do público. Tiravam fotografia juntos, dançavam, descansavam nas cadeiras, cada vez mais rarefeitas no espaço. Foram até entrevistados por um veículo da internet. Neste momento, muita atenção estava voltada para cada camarote, em que a luz da câmera atraía os olhares das pessoas da pista, de outros camarotes e de quem mais passava. A maior tendência para a horizontalidade era quebrada ali pelo lugar distinto do camarote.

Figura 33 - Equipe *Leões de aço* reunida para a foto enquanto reabasteciam os copos



Foto: Nido Farias

As atrações se iniciaram com MC Caillon. O palco mudava sua configuração. Um telão de luzes em led exibia programações com o nome do MC colorido. Caillon operava um computador branco ou prateado sob uma base prateada. Na noite quente de verão, usava um casaco de zíper azul sem mangas sobre uma camiseta branca, calças jeans e um tênis branco de marca esportiva, aparentemente da marca Vans. Com o headphone no pescoço, de tempo em tempo o colocava no ouvido direito para ajustar a próxima mudança de música. A partir desse momento as sociabilidades dançantes e etílicas ficariam mais evidentes, com a casa cheia e o público mais perto do palco. O MC não interagia verbalmente e, da mesma forma, aqueles que estavam na pista estavam mais preocupados em dançar. A maioria das mulheres dançava sozinha, em pares ou em círculos, com as mãos apoiadas nos joelhos, erguendo e abaixando a bunda, exibindo parte dos glúteos, às vezes descendo até o chão, levantando em movimentos rápidos. As danças envolviam movimentos de funk, da swingueira e, também, pude notar influências do kuduro. Pude ver muitas rodas de mulheres sozinhas dançando, aparentemente, sem qualquer investimento masculino. Todo gestual erótico-dançante não criava clara excitação ou descontrole por parte dos jovens homens e adolescentes.

Um espaço de relativa autonomia da exposição corporal feminina e da fruição da festa me pareceu evidente. Entre os homens, pude ver um rebolado mais sutil e a esmagadora presença do passinho como forma de gestualização, embora poucos fossem tão habilidosos quanto um grupo em particular: quatro jovens dançarinos de brega funk da equipe *Só Cana*. Desde que os percebi no show do MC Caillon, vi que voltavam para eles as atenções da festa com suas coreografias e improvisações habilidosas. Sempre juntos, colocavam-se lado a lado e representavam, sem dúvida, os dançarinos mais destacados da festa.

Entre os casais, percebi, em um momento mais avançado da festa, um particularmente animado nos fundos da área coberta do clube. Uma mulher negra com um “top” apertado mostrando quase toda a barriga, short curtíssimo, evidenciando quase metade dos glúteos, dançava agarrada com seu parceiro, ambos mais velhos que a média, sem camisa, com uma bermuda de surf com estampas coloridas e descalço. A dupla mostrava muito entrosamento, dançavam sensualmente e exibiam também suas habilidades individuais, sempre sorrindo. A exibição das habilidades de dança codificadas na mimetização de intercursos sexuais, porém desconectada em grande medida da cadeia de intenções do ato no presente (a intenção de dançar pareceu ter muito mais força que a de paquerar), mostrava-se nesses eventos como a principal forma sociabilidade do baile junto da conversa, do uso de drogas, como o loló e o álcool, e da paquera.

A atração da noite foi o *Gordinho Pancadão*, aquele que, particularmente, reivindicou para si o paredão como uma plataforma artística. Com seu nome passando na programação do telão de leds, o artista gordo cantava gesticulando com as mãos às vezes ao modo do rap, mas seguindo o ritmo do brega funk, movendo os ombros e as pernas para lá e para cá, em alguns momentos completando a coreografia das suas duas dançarinas. O gordinho vestia uma camisa branca meio colada ao corpo de mangas compridas semelhantes a uma camisa com proteção UV, bermuda branca lisa até os joelhos, tênis também brancos, óculos escuros de armação metálica, lentes ovaladas e um gorro preto, deixando cair sobre a testa a franja de seus cabelos lisos. Assim ele compôs seu visual artístico da noite, despojado, praieiro, mas com elementos dissonantes, como o gorro, que ressaltam sua individualidade e inventividade artística. As dançarinas, magras de corpo bronzeado esculpido por exercícios, vestiam-se da mesma forma: top rosa de mangas curtas, mostrando a barriga, shortinho rosa colado e tênis skater.

Ao entrarem no palco, Gordinho e dançarinas atraíram a plateia para sua frente. Além de quem já estava na pista, se aproximam os membros das equipes, algumas vezes citados pelo artista, entre eles os garotos do passinho. Em frente do palco, enquanto alguns apenas observam, outros imitam a coreografia do passinho das dançarinas e os mais habilidosos exibiam seus passos. Mulheres mexiam a bunda enquanto alguns homens se arriscam no passinho à frente da maioria com movimentos mais tímidos agarrados a suas bebidas.

Em determinado momento, já próximo do fim do show, as dançarinas desceram para a pista para dançar frente a frente com o público. Deram de cara com os garotos do passinho, que trocavam coreografias, um imitando o outro, adicionando criatividade individual. Alguns fatos marcantes deixaram a plateia mais eufórica. A primeira eram as músicas com conteúdo sexual explícito, uma mulher pedindo sexo oral, embora cantado por um homem. O outro momento, o mais intenso, foi quando se cantou, mais de uma vez e por artistas diferentes, o funk noventista “eu só quero é ser feliz, andar tranquilamente na favela onde eu nasci...”, assumindo o público a identidade periférica. De mãos levantadas, cantava em voz alta várias vezes o refrão, emendando em “ôôôôô, cadê o isqueiro?”. A exaltação da identidade periférica era acompanhada da enunciação de discursos moralmente chocantes para a maioria, como o sexo explícito e uso de maconha.

Após o show do *Gordinho Pancadão*, o locutor da noite convidou dois meninos que dançavam passinho com a camisa da equipe *Só Cana* para subirem ao palco e apresentarem seus talentos. Nesse momento, amigos das equipes e outras pessoas se amontoaram para capturar com seus celulares os movimentos, postando nas redes sociais imediatamente nas redes sociais. No que tange ao desenvolvimento dos eventos e as expectativas mútuas entre os atores no plano temporal e espacial que consistia o show, a dança, visibilizada publicamente, pareceu ser a principal forma de sociabilidade, o centro de prazer que trazia tanto satisfação pessoal por estar dançando quanto organizava e posicionava os atores em espaços físicos – como o palco e a frente do palco - e simbólicos - a divisão entre aqueles habilidosos e não habilidosos – nas hierarquias de prestígio.

Outro momento, quando o terceiro artista já cantava, DJ Ewerton, foi importante nesse sentido. Ewerton convidou duas garotas e dois garotos gays para dançar no palco. Todos eles dançavam no mesmo estilo, mãos nos joelhos, bundas empinadas imitando a ato de cavalgar no

sexo, descendo até o chão, subindo e rebolando nos intervalos: era uma competição. Uma das mulheres, a que viria a ganhar, em um momento de frente para a plateia, rebolava sobre a cintura do MC, colados um no outro, atçando o cantor. Essa mimetização do ato sexual em muito concorreu para que ganhasse o público. O que me pareceu foi que a candidata realizou com mais perfeição o repertório de códigos do funk cuja própria fruição depende do distanciamento sexual. A dança, que muitos diriam ser vulgarmente pornográfica, estava, até onde pude perceber, desconectada da cadeia de atos de paquera e sexo e foi codificada enquanto linguagem expressiva corporal que estabelece relação mais direta com os jogos de divertimento, com suas próprias regras e finalidades.

Enfim, algumas equipes de som automotivo e, junto com essas, as de “rolê”<sup>33</sup>, que Henrique me ajudou a perceber em crescimento, mantiveram-se existindo como uma espécie de elite da diversão nas periferias. Em São Miguel, os donos de sons haviam se tornado personagens notáveis por suas obsessões em alguns círculos confraternais de valorização de festas nos conjuntos habitacionais da cidade. As equipes, de modo diferente, pareciam fazer parte do mesmo processo decorrente da transformação das bases de organização socioespacial do lazer popular em Alagoas fundada na erosão de bases comunitárias, na falta de espaços de lazer, na percepção generalizada de violência e no surgimento de iniciativas individuais, coletivas e empresariais que orbitavam o som automotivo, entre outras.

Fazer parte de uma equipe, e dentre seus membros, ser parte dos mais considerados, significava, primeiramente, ter um lugar especial na hierarquia material da festa. Casa com piscina, camarote, *open bar*, *som no vapor*. A ostentação fornecia para os integrantes uma imagem de superioridade social centrada na rearticulação entre masculinidade, dinheiro e hedonismo também encontrada em estilos de Funk (SILVA, 2016; TROTTA, 2016; 2018). Por outro lado, as equipes dominavam também a pista de dança, quando não o palco, estabelecendo hierarquias simbólicas ainda mais marcantes entre elas, seus integrantes e o público.

Se algo estava em jogo naquele salão eram as competições de dança, abertas ou veladas entre garotos e garotas. Nesse sentido, as equipes tinham os dançarinos mais destacados, como o grupo de brega funk descrito por mim, que passaram também a ser cooptados para

---

<sup>33</sup> Equipes especializadas unicamente em fazer festas entre seus integrantes e um público convidado.

participarem como membros. Os garotos davam às equipes a oportunidade de capturarem seu talento, as destacando no espaço que haviam se montado entre outros grupos. Como contrapartida, elas forneciam vínculos afetivos e acesso a lugares em que eram reconhecidos e gratificados por suas habilidades de dança singulares.

Enfim, as equipes forneciam um arranjo institucional capaz de mediar as necessidades de filiação coletiva e a busca por reconhecimento pessoal. Esses mecanismos, que certamente não extinguem as possibilidades, ajudavam, por sua vez, a manter as festas de paredões vivas em periferias de cidades alagoanas.

#### 4.7 PRAIA DA SEREIA: UM LUGAR MÁGICO?

Vou abordar aqui uma outra dimensão dos circuitos de som automotivo especialmente relevante para compreender seu alcance social, sua legitimação e o panorama de tensões que se instalou sob seu nome. Mais propriamente, pretendo apresentar, sob o fio condutor da trajetória de um *amante* de som de Maceió, algumas dinâmicas socioespaciais que ajudam a iluminar a forma conflituosa com que se desenhou no tecido urbano espaços de valorização e disputa entre aficionados por paredões e sons de mala e o público da periferia. Destaco, a partir desse momento, a existência de áreas livres para o som lastreadas por um equilíbrio tenso entre diversos atores sociais presentes em parques culturais e de lazer.

Minha primeira interlocução em forma de entrevista para o doutorado foi realizada através do Whatsapp com Horácio<sup>34</sup>, no início de 2019, amigo de um colega de trabalho que, como eu, também morava na capital. Comentando com ele sobre a pesquisa que realizava, logo lhe veio à cabeça um conhecido que era aficionado por som de carro, falando um tanto impressionado sobre sua fixação nos equipamentos. Muito dinheiro gasto!

Horácio tinha por volta dos 30 anos. Era funcionário público do estado, trabalhando como técnico numa de suas instituições. Desconfiado na minha primeira abordagem no aplicativo de mensagens, mesmo com meu colega de trabalho tendo lhe explicado “por alto” a

---

<sup>34</sup> Nome fictício.

natureza da pesquisa, pediu novamente explicações, o que prontamente respondi, enfatizando minha curiosidade sobre o conceito mais geral (e vago) do universo do som automotivo. Mesmo criando um clima amigável, não estava disposto a se encontrar comigo, “andava muito ocupado”, disse ele. Não adiantou eu insistir. Assim sendo, fiz uma série de perguntas por meio de mensagens de áudio, aguardando a conveniência para suas respostas. Entendi que o mais importante era deixá-lo à vontade. À noite, no mesmo dia, já tinha a primeira série de respostas, e nossa conversa progrediu daí em diante.

Horácio, morador de Jacarecica, um bairro com posição periférica em relação a outros da orla de Maceió, diria até uma semiperiferia, montou um som na época do *boom* para “tomar uma cervejinha e tal, juntar as meninas e a gente se divertir.” Com valor final de 12 mil reais, saiu comprando peças no cartão através da internet, o que de outra maneira, contou, não seria possível naquele momento. A conquista do concurso público era recente e estava estudando muito para galgar novas posições no setor. Eram alto-falantes tornado 5000rms, de última geração, ainda hoje no auge, disse; quatro *cornetão* Eros e dois D405; um twiter de 300 rms e dois alto-falantes de médios; comprou ainda, no processo de montagem, uma fonte Usina 200 amperes e uma bateria de caminhão. O som de mala precisava de 4 baterias de caminhão para funcionar, mas, como não queria perder o banco de trás do seu Celta, um carro pequeno, montou com uma bateria apenas. “Daí eu utilizava quando tava parado nos canto a fonte, que com a fonte ela dava potência máxima do equipamento de som”.

Horácio já tinha passado por algumas situações tensas por causa disso. Mais de uma, na verdade. No decorrer da nossa conversa, sentia que o motivo de algumas evitações passavam a ganhar mais substância. Certa vez, vizinhos seus já haviam acionado a polícia para fazê-lo baixar o som, mas, nesse caso, tinha resolvido na conversa, pacificamente. Em outro momento, mais inflamado, Horácio discutiu com o vizinho de um amigo também no bairro de Jacarecica, em Maceió, quando estavam com o som ligado na área de lazer do prédio onde morava. Estava errado, admitiu, meio envergonhado.

Tive, tive, umas situações já constrangedoras por conta de som, porque como eu disse, né, quem tá ouvindo, tá no meio da folia não consegue mensurar o nível de incômodo que ele está causando, porque tá no meio, tá bebendo, tá conversando e quem tá de fora tentando se concentrar, assistir um jornal, um

filme tá sendo incomodados, sem contar que se o equipamento for bom, vai tá tremendo panela, tremendo fogão, tremendo tudo. O equipamento bom ele vibra o chão, por conta do grave.

Não era sempre que podia evitar ocupar lugares proibidos na cidade, e essas situações acabaram acontecendo. Na verdade, desde São Miguel, encontrei poucos *amantes* de som que tivessem problemas com vizinhos ou com a polícia por causa de suas festas. Mesmo que quisessem seguir para os lugares ideais do ponto de vista das leis, eles eram poucos, inacessíveis para a maioria e, às vezes, inexistentes no panorama de aumento expressivo e desordenado da concentração urbana. Nesse quesito, Horácio teve alguns privilégios. Um amigo seu tomava conta do Seagra – Sociedade dos Engenheiros Agrônomos de Alagoas, um clube com áreas vastas, longe de residências e próximo à praia. “Não tem casa do lado, não tem prédio do lado, então a gente costumava se reunir lá aos sábados, às vezes aos domingos, juntava umas amigas, uns amigos, levava térmica e fica ouvindo som e conversando”. Ter contatos, conhecer pessoas era importante para acessar lugares assim na zona norte da orla de Maceió, disputada ferrenhamente por incorporadoras imobiliárias, novos empreendimentos e os populosos bairros da periferia, que começaram a habitar a região no passado.

Além de lugares inabitados, Horácio também compartilhava com outros *amantes* a preferência por espaços ricos em paisagens naturais e humanas, cada vez mais escassos com a constante fiscalização. O acesso restrito ou dificultado pela distância a praias desertas, fazendas e chácaras precisava de mediações para acontecer, como as que Brasit realizou em alguns encontros. O constante monitoramento das zonas proibidas, com grande risco da polícia apreender os equipamentos, levou então Horácio e seus amigos a procurarem lugares menos prováveis de serem abordados e ver sua diversão virar o inferno astral dos proprietários de som. “Ali na [praia] Jacarecica, no finalzinho, aonde não é muito habitado (...) costumava muito ir à noite. Chamava a turma, a turma levava bebida e tal e a gente tomava. Às vezes juntava outro som, um paredão médio e tal, enfim: beira de praia”.

Mas existia um lugar muito habitado que seria outro destino do *amante* e sua turma, a praia do Mirante da Sereia. A praia da Sereia, como é conhecida popularmente, era lugar e destino de moradores de férias da capital, em sua maioria, e havia se constituído como uma

espécie de área livre para o som automotivo. Outros interlocutores já tinham me chamado a atenção sobre isso. Conhecer espaços de encontros estava ficando cada vez mais difícil, e Jacarecica e a praia da Sereia pareciam ser destinos mais certos na parte baixa de Maceió. Naquela, além das praias, também os estacionamentos de áreas comerciais à noite forneciam lugar quase sempre tranquilo; um posto que dava cobertura aos *amantes*, de outro modo, fazia esse papel. Na praia da Sereia, porém, tudo isso acontecia em plena luz do dia, em meio a centenas de pessoas, residências, bares, hotéis.

“Num tem essa fiscalização, assim, o pessoal que mora na circunvizinhança, na circunferência, nas mediações lá, o pessoal já tão acostumado com som, então não ligam. Leva seu som, coloca lá de boa e vai ouvindo”. A praia virara uma ilha de som envolvida, como que por uma camuflagem antipolícia, em alguma mística social. Os *amantes* de som e sua turma de amigos tinham ali um lugar para ouvir música, beber, tomar banho de praia e, às vezes, realizar pequenos duelos, o que a trajetória de Horácio ainda nos permitirá ver.

Como era de se esperar, a busca por esses lugares encantados não era exclusiva de Maceió. Júnior Bebidas me contou que em Arapiraca estava cada vez mais difícil de usar sua paredinha. Os postos de gasolina, espaços históricos de apoio às festas de paredões, não eram mais receptivos ao som automotivo, pelo menos não como eram antes, até que a lei de 2011 (ALAGOAS24HORAS, 2011) passasse a ter efeitos práticos negativos sobre os proprietários dos postos. Por isso, Júnior já acumulava infrações. Havia recebido multa por estar usando seu som, mesmo que baixo, com a lona descoberta na cidade. Antes disso, já havia tido a *paredinha* recolhida pela polícia, tendo que assinar termo de ajuste de conduta e pagar 8 sextas básicas para associações de Arapiraca. “Cheguei em um estabelecimento tocando baixo, mas já tinham outro som tocando no vapor<sup>35</sup>, aí levaram os dois”.

Para Júnior, o som automotivo era um *hobby* discriminado. Entre a população, gozava de certo prestígio, mas, pelas leis e para os órgãos de segurança pública, era desvalorizado e perseguido. Só lhe restava, como a outros donos de som, o *Bar do Gordinho*, onde podia tocar som estourando. O *Bar do gordinho* era localizado em um povoado na zona rural da cidade, no Sítio Capim, por isso, disse, não havia problema... existiam casas próximas, mas entremeadas

---

<sup>35</sup> Altura máxima

por grandes áreas de plantações de fumo. Fora isso, quando não em eventos, era viver de aventuras mais perigosas na cidade.

A praia da Sereia, nesse sentido, parecia guardar semelhanças com alguns contextos observados por mim em São Miguel. Quando os paredões não se deslocavam para algumas zonas das periferias, os próprios moradores encontravam espaços relativamente livres de problemas com a polícia. Quando os sons tocavam nas calçadas, ou em alguns bares nos conjuntos habitacionais, era fim de semana ou feriado e a maioria das crianças, adultos e idosos só tinham as ruas para o lazer. Um som na calçada, maior do que qualquer som doméstico, fornecia então uma ambiência de festa mais qualificada.

Música tocando alto, churrasco, amigos entrando e saindo para abastecer copos e grelhas. Era uma oportunidade para parte da vizinhança também se divertir na calçada, beber, conversar, dançar. Muitos reclamantes, que já consideravam evitar brigas com algum vizinho em particular, se sentiam temerosos também por desarmonizar aquela orquestração coletiva de diversão, fazendo parte do equilíbrio tenso entre donos de sons, vizinhança e reclamantes que permitia a presença dos sons nas calçadas. Não me alongarei sobre isso porque descrevi cenas assim na dissertação. Mas, com o intuito de entender esses espaços de equilíbrio, passei, no final de 2019, algum tempo na praia da Sereia para entender a mágica dos paredões e quem as conjurava, o que tento descrever a seguir em seus momentos mais marcantes.

#### 4.8 ILHAS DE SOM: CIRCUITOS PERIFÉRICOS COMO EQUILÍBRIOS DE PODER NA CIDADE

Dia 26 de dezembro, Jarde e eu havíamos tomado um ônibus para a zona norte do litoral de Maceió com destino ao Riacho Doce, bairro de periferia da capital onde fica o Mirante da Sereia. Quinta-feira após o feriado de Natal, por volta das 8h30, os ônibus para a região norte da orla estavam cheios de passageiros e ambulantes se dirigindo do centro para as praias. Logo quando chegamos no ponto de descida, encontramos uma das ruas estreitas de terra batida que nos levaria, como um corredor, à praia.

A estrutura de habitações, em todo o Mirante, não passava de 5 ou seis pequenos quarteirões entre a rodovia e o mar em meio a uma extensa área de coqueiral. As ruas, em alguns

setores repletas de casas populares, dividiam espaço com casas maiores de veraneio, com piscinas, e terrenos baldios. Seguindo por onde entramos, demos por fim de frente para o mar. Apenas se colocava entre nós e a água brilhante, refletindo na famosa estátua da Sereia que jaz em um arrecife, os restaurantes populares enfileirando-se lado a lado em cima do batente de descida para a areia.

Do nosso lado esquerdo, na esquina, havia um Hotel chamado Atlântico, ocupando grande parte do quarteirão com sua fachada de frente para o mar. Do lado direito, enfileiravam-se até dobrar a esquina casas populares coloridas, algumas realizando comércios nas calçadas da rua principal dos restaurantes, paralela à faixa de areia. Era nessa rua em que se desenrolariam a maior parte dos eventos que irei narrar.

Figura 34 - Rua principal da praia da Sereia



Foto: Nido Farias.

Figura 35 - Do lado direito, o hotel Atlântico. À sua frente, os restaurantes populares



Foto: Nido Farias

A praia, propriamente dita, não tinha muitos banhistas ainda. Mas a rua de terra dos restaurantes, que fazia duas curvas suaves em toda sua extensão, já estava àquela hora repleta de carros estacionados. Carros populares, como Palio, Celta, Uno, ao lado de carros mais imponente, Ecosport, Civic, Utilitários. Logo de início, a praia da Sereia, naquela visita, parecia um ponto de convergência de frequentadores de classes diferentes com menos setorizações como as que ocorrem em praias como Pajuçara e Ponta Verde em Maceió. Nesses lugares, o destino de moradores de periferias como a Ponta da Terra, Jacintinho, Benedito Bentes e Eustáquio Gomes passaram a se cruzar mais fortemente nos últimos 20 anos com o de turistas que engrenaram a revitalização do setor turístico na capital. As barracas e restaurantes criados na orla para atender essa clientela seleta de consumidores acabou criando pequenas zonas de ricos, brancos e remediados na paisagem social negra dos banhistas. Mais precisamente na Barraca Lopana, ficou estabelecido a *faixa de gaza*, lugar de nítido contraste social. Por outro lado, praias como a do Sobral, no extremo sul da capital, eram frequentadas, em sua maioria, por moradores dos bairros e comunidades periféricas que habitavam a região da orla marítima

e lagunar e por sufistas. Na Sereia, isso não acontecia. Havia um cruzamento de origens, certamente distinguíveis e distintivas, na acepção bourdieusiana (2007), mas, de certo, não repelidas umas pela outras.

Enquanto Jarde nos estabelecia em um restaurante, realizei uma primeira caminhada ao longo da rua para sentir o lugar. Na região por onde chegamos não havia qualquer som ligado. Bastou, entretanto, dar alguns passos a mais para me deparar com vários sons de mala ligados. No fim da rua, entre um terreno baldio e a última casa, um pouco distante, um carro branco, rebaixado com *rodões* e seu porta-malas aberto tocava para a clientela de um bar que dava acesso para outra rua. Entre tantos outros veículos no estacionamento, este, especialmente, estava bem perto das mesas, com o proprietário e seus amigos na primeira mesa de frente para o som. Aparentemente sem problemas, a clientela bebia, comia e conversava servindo-se do som anônimo.

Retornando ao restaurante em que Jarde tinha ficado, por volta das 9h00, mais dois sons de malas próximos um do outro, porém aportados em dois restaurantes diferentes, tocavam bastante alto. Mais à frente, mais um ainda. Esse, diferente dos três anteriores, era de modelo antigo, um Gol branco bem conservado com a mala aberta e um som bastante modesto em relação ao tamanho, pintura, luzes e detalhes dos outros três. Era recoberto apenas com um tecido cinza usado para não desgastar a madeira. Ainda, não aportava um restaurante, mas se direcionava, de cima do batente, para a faixa de areia, cheia de mesas e banhistas, quem seu dono havia se encarregado de animar.

Era um homem entre 25 e 30 anos, negro, de camiseta branca, bermuda de praia, o tempo inteiro segurando sua latinha de cerveja na mão. Sentado sob um guarda-sol, estava acompanhado de duas garotas negras e jovens. Entre papos, goles de cerveja e mordidas nos espetinhos, o homem saía da área do guarda-sol, subia o batente que dividia em níveis a rua e a faixa de areia da praia com a cerveja na mão, mudava a música e aumentava o som: escutava umas letras de funk com batidas mais parecidas com as do forró eletrônico. Era assim que crianças, jovens, senhoras e senhores de idade embalavam suas interações, até ali aparentemente sem problemas.

Figura 36 - Enquanto toca o modesto som de mala, os banhistas embalam a conversa



Foto: Nido Farias

As questões do meu interesse ficariam mais à vista a partir daquele momento. Voltava para o restaurante para reencontrar Jarde quando vi uma viatura da polícia passar... janelas abaixadas, olhos seguindo o movimento das ruas. Passou pelo hotel, deu uma parada e virou a esquina; não o veria mais, mas me deixou pensativo sobre seu papel naquela paisagem. Voltei inculcado e, algum tempo depois de me sentar, chamei o atendente, Eron.

N – Eron, será que vai rolar som hoje, tem sempre som por aqui?

E – nem sempre, porque a polícia tá sempre pedindo para baixar, mas acontece. Hoje mesmo, mais ou menos 6h30 da manhã, chegaram dois sons tocando muito alto e a polícia pediu para diminuir, senão levava o som. As pessoas não sabem medir o volume do som, aí a polícia fica marcando em cima direto.

Nesse momento, ironicamente, já tinha um som de porta-malas ligado em um restaurante logo depois do nosso vizinho, e não paravam de passar carros com o som automotivo ligado pela rua principal. Era um verdadeiro coro dessincronizado de vozes e letras misturadas que ouvia no vaivém de veículos. Chegava perto da hora do almoço, a praia estava muito mais cheia do que quando chegamos. Aumentavam as vozes, risos, gritos de crianças brincando e de mães controlando os filhos na água. Enquanto a maioria ficava na areia, uma parte procurava

os restaurantes para comer a especialidade do local, peixadas, peixe frito, frutos do mar. Aproveitamos o momento, harmonizados à vontade geral, para almoçar, enquanto o pequeno restaurante enchia de famílias, amigos e crianças e ouvíamos a música do restaurante vizinho. Essa foi uma experiência importante.

Nesse momento, harmonizar-me ao ambiente, digo, me entregar ao lazer como Nido, achando natural a música do vizinho para um momento como aquele, levou-me a entender melhor o que veria mais tarde. Eu já estava acostumado aos domingos de diversão popular na Pajuçara, afinal morava lá há 27 anos. Nada daquilo me parecia tão incomum ou me gerou desconforto. Estar naquela condição de consumidor/pesquisador facilitou as coisas, na verdade, porque o som passou a exercer uma função dentro de uma figuração da qual eu estava participando. Foi um daqueles momentos em que ter coisas em comum com os sujeitos/objetos de pesquisa resultou em vantagem.

Embalados por arrochas, forrós, bregas e funks, almoçávamos nós e outras famílias enquanto alguns bebiam e conversavam. Uma vez ou outra aumentavam o som, depois abaixavam. Pareciam atentos aos passeios da polícia, mas igualmente instigados a aumentar o volume. Duas mulheres, amigas que tinham ido curtir a praia pareciam especialmente animadas com o “show” do som de mala. Cantavam trechos entre uma música e outra, balançavam o corpo, riam e bebiam cerveja com petiscos. O cenário era de naturalidade. Nem sabíamos exatamente quem estava operando o som e ninguém ali estava ligando para isso. A barraca ainda tentava competir com ele com um aparelho doméstico e caixas pregadas nas paredes, que só percebíamos nos intervalos entre uma música e outra. Era como se tivessem esquecido de desligar. Era inútil mesmo. O silêncio, ironicamente, foi a prova de que o som automotivo havia se harmonizado tanto aquele ambiente que passou a ser esperado, exigido, até.

Por volta das 13h20, o dono do som desligou o aparelho. Não fazia ideia do porquê. A barraca também tinha desligado. Acho que, finalmente, haviam notado o gasto de energia gratuita. Mais ou menos uma hora após o som ter sido desligado, as duas mulheres já estavam agoniadas. Nada de som, um silêncio sepulcral para aquele dia ardente de praia. Uma delas sacou o celular! Se ninguém ia cobrir aquele vazio, elas mesmas o fariam. A diversão sonora era um elemento dos jogos de linguagem que ali se construíram. Estava faltando algo. Quem passou a comandar o som da barraca, dessa vez, foram elas. Toparam o volume do celular para

competir com o ambiente e prosseguiram com os papos. Não duraria muito, é verdade, pois dessa vez nós é que seríamos premiados com um som só nosso.

Uma família chegou de carro ao restaurante. Um Golf branco rebaixado com *rodões*, muito parecido com um já descrito acima em um bar distante de onde estava, mas não era o mesmo. Saíram dele três crianças, sendo uma delas ainda bebê; duas garotas jovens e o motorista, um jovem negro por volta dos 25 anos, cabelos curtos, camiseta, bermuda e chinelos. Não demorou para ele abrir o porta-malas e projetar seu som para o interior do restaurante. Dois graves, dois médios e dois agudos apontados para as mesas embutidos num rack branco com detalhes em vermelho e prata. A turma se sentou logo na primeira mesa. Além de ficar perto do carro, isso tinha ainda outra função: cobrir a área de sinal do controle remoto do carro. O celular das mulheres foi logo encoberto pelo som de forró antigos, Axé Music, arrochas.

Estávamos apenas Jarde e eu, as mulheres da mesa à frente e a família. Tudo continuou como estava. Bebidas, conversas, crianças para lá e para cá. Nessa ocasião, me chamou a atenção o modo como os donos de sons se sentiam livres para ligar o equipamento sem a necessidade de consentimento de qualquer pessoa que seja. A dona do bar e Eron não se manifestaram. Nem esboçaram algo do tipo. As mulheres gostaram. E eu era um cliente altamente suspeito para tal... mas parecia estar escrito a prerrogativa do som naquele lugar. Por mais que não fosse isso, a praia da Sereia havia se tornado claramente uma “área livre”.

Figura 37 - Som de mala projetado para dentro do bar no momento em que fui embora



Foto: Nido Farias

Os esforços da polícia para regular os proprietários de som na praia da Sereia surtiam algum efeito, mas pouco podiam fazer quanto às interdependências que se formaram naquela figuração de bares, restaurantes, praias, banhistas populares e donos de sons, *playboys* ou da periferia. Na verdade, eram um produto delas. Ficou claro que os sons acabaram virando parte daquela paisagem diversional, daquela forma de vida wittgensteiniana. Se por um lado os restaurantes não conseguiam competir com a potência, qualidade e repertório dos *sons-de-mala*, estes tomando seu lugar, a ambiência sonora, por outro, era não só comum, quanto desejada por alguns frequentadores, criando elos entre os bares, ambulantes, alugadores de mesas e cadeiras na faixa de areia. A pressão sobre a polícia para sua regulação, exercida principalmente pelos empreendimentos turísticos e casas de veraneio das proximidades, e a grande maioria de empresas populares que dependiam dos frequentadores e banhistas de outras periferias da capital criaram um tenso equilíbrio de poder entre atrizes e atores, setores, classes e agentes comerciais, moldando um destino relativamente seguro para os *amantes* de som.

Ao longo desta parte da tese, procurei mostrar diferentes cenários em que os circuitos de som automotivo se entramaram, material e simbolicamente, às dinâmicas de diversão em periferias de cidades alagoanas, mas nem de longe pretendi dar conta de todas as possibilidades.

O objetivo foi tornar evidente aspectos da figuração urbana que deu aos paredões legitimidade, ainda que sob constantes ataques. Destaquei entre eles o enredamento com as periferias de *hobistas* empresários que viram no *boom* do som automotivo uma oportunidade de exploração do mercado de diversão, o qual crescia para alimentar o interesse de um novo público. Na verdade, se considerarmos o bairro Benedito Bentes, na capital, destacado por Henrique, as periferias estavam na gênese da questão.

Nas paisagens de conflitos que desenhavam os trajetos de Horácio, a praia da Sereia era apontada como um porto seguro para *amantes* de sons, mostrando que figurações de espaços periféricos, para além dos eventos, tinham papel importante para manter existindo os circuitos urbanos. Da mesma forma, em São Miguel dos Campos, as carências por lazer e diversão davam esteio a espaços de valorização de som potentes espiritualizados pelos paredões, que rondavam as periferias em busca de lugares para tocar. Foi nesse sentido que o som automotivo, embora alguns *hobistas* sustentassem uma imagem elitizada, tornou-se um fenômeno da periferia, acusado enquanto de periferia e negado como da periferia, o que veremos. Trata-se, daqui para frente, de compreender o panorama das lutas simbólicas emolduradas pela sua criminalização que subjazia à sua força como fenômeno cultural nas cidades alagoanas.

Na próxima parte, esse esforço se fixará no processo de construção da imagem pública dos *amantes* de som marcada por estigmas por uma ampla rede discursiva e de ação reguladora e repressora. O trabalho realizado aqui de traçar dimensões do *boom do som automotivo*, alimentado pelas periferias, é para tanto uma condição para compreendê-la. Será uma questão a seguir o transbordamento das reivindicações de direitos pelo sossego para ideais de superioridade social e cultural por parte de atores entremados em redes de poder que ligam comunidades, estado e mercados turísticos, obscurecendo por completo a legitimidade atingida pelos paredões e sua importância para a diversão popular.

## 5 UMA QUESTÃO DE ORDEM: MAL-ESTAR SOCIAL E PERIFERIZAÇÃO DO SOM AUTOMOTIVO

### 5.1 O QUE FAZER COM RESPOSTAS NUNCA PERGUNTADAS

Quando elaborei o primeiro roteiro de entrevista semiestruturada para “testar” com Horácio, uma pergunta em particular se mostrou bastante inadequada para me cercar das lógicas de diversão, competição e conflito nos espaços das cidades. Qual o melhor lugar para uma festa de som automotivo? Essa questão, como iria descobrir, nada mais revelaria do que a forma da lei parafraseada pelos respondentes: lugares apropriados, longe de residenciais e pessoas em descanso ou ocupadas, escolas, hospitais. Mais úteis para imergir em aspectos importantes da subjetividade dos aficionados, curiosamente, foram as respostas nunca perguntadas que se colocavam em praticamente todas as nossas conversas. Elas reforçavam justificativas automáticas sobre sua adequação a lei e à ordem nunca requeridas por mim explicitamente, tornando opaco os usos dos espaços urbanos.

N – De que forma você se diverte com seu som? Poderia narrar algumas situações?

H – Bom, a situação acabei de narrar, né, que foi aquela que falei da praia, mas houve diversos outros momentos em um clube chamado Seagra, na... na Jacarecica, aí é um clube que quem toma conta é um amigo meu, aí tem uma área bem vasta, não tem casa do lado, não tem prédio do lado, então a gente costumava se reunir lá aos sábados, às vezes aos domingos, juntava umas amigas, uns amigos, levava térmica e fica ouvindo som e conversando, **mas nunca gostei de competir, a verdade é essa, entendeu? Dentre outras situações, ia para a beira da praia sempre em lugar ermo, lugar que não tinha população porque... pessoal realmente incomoda, quando você tá lá curtindo você não tem hã... noção do quando o seu som tá incomodando, até porque o indivíduo na proporção que vai bebendo vai ficando mais surdo, mais moco.**

A insistência de Horácio em me convencer que não competia era também outra forma de dizer que não incomodava ninguém, sem que isso fosse de forma alguma uma preocupação minha naquele momento. Pensando o modo como formulei a questão, me pareceu tempos

depois bastante ingênuo achar que aproximações iniciais conseguiriam respostas diretas sobre uma questão tão polêmica. A única coisa que pude aprender com ela, na medida em que, de forma pouco crível, o melhor lugar para uma festa era sempre aquele recomendado pelas leis, foi que os usos reais dos espaços e as respostas sobre questões como essa eram constantemente protegidas por armaduras morais, obscurecidas por estratégias de proteção do self contra sua imagem pública de desordeiros em que a incriminação de perturbação pública parecia muito claramente consistir na sua forja.

Não é raro sentir dificuldade para adentrar um campo de pesquisa social. Uma incursão de cunho etnográfico, mesmo que sob suas mutações adaptativas e ressignificações para o contexto urbano e virtual (MAGNANI, 2005, 2016; VELHO, 2013; FRAGOSO, 2011), pode colocar, ainda com mais frequência, desafios à aproximação, ao desvelamento do cotidiano, à intromissão em dimensões mais íntimas e sensíveis quando essas são importantes para a questão investigada, embora não seja um requisito ser “aceito” no campo para falar sobre ele. Se assim fosse, eu estaria em sérios apuros! Também, por isso, distinções teóricas de níveis de participação e engajamento, estratégias de aproximação e abordagem de interlocutores, interpretação de sinais implícitos e explícitos costumam ser tão recorrentes em manuais metodológicos, em discussões de grupos e em orientações de pesquisa. Entretanto, refiro-me aqui a um tipo particular de estratégias e práticas linguísticas de evitação e autoproteção colocadas em prática por Horácio que foram modeladas interdiscursivamente (FAIRCLOUGH, 2001) no cenário de brigas, proibições e perseguições que se consumavam nos bairros residenciais da capital alagoana.

Horácio era ainda mais sensível à imagem de desordeiros que os órgãos de segurança pública, como a SSP-AL, transmitiam dos paredões em decorrência dos desentendimentos que tivera tempos atrás, de que falei anteriormente e dos quais sentia vergonha. Esse papel do estigma na personalidade dos *amantes* de som automotivo foi inicialmente percebido por mim, antes mesmo de dar conta que existia um movimento mais ou menos organizado de resistência à sua criminalização encabeçado por Brasit na capital, pela inúmeras reticências e desconfianças a respeito das interlocuções, seja de caráter espontâneo e desestruturado, seja de caráter mais formal, por meio de entrevistas. Mototáxi, operador de máquina, funcionário público, dono de depósito de bebidas, montador profissional, empresário prestador de serviços

para o ramo industrial, presidentes de equipes de som automotivo: todos mantinham, de uma forma ou outra, reservas e resistências a respeito da minha aproximação e abordagem.

Evitações; “sumiços” dos aplicativos de conversa; remarcação de entrevistas; não raras checagens do trabalho que realizo e para quem realizo, projetando sobre mim algum agente fiscalizador; questionamentos recorrentes sobre o teor da conversa, buscando a antecipação de temas sensíveis, como os constantes conflitos com a vizinhança. O quanto isso pudesse parecer normal, até mesmo para um grupo conhecido pela exibição, perdeu sua naturalidade na medida em que o esforço maior para apreender, coligir e sistematizar seu sistema de significatividades próprio impunha considerar, metodologicamente, minhas investidas no campo como uma adequação a esse aspecto paranoide da sua personalidade (ELIAS, 2008; VANDENBERGUE, 2010; BOURDIEU; CHAMBOREDON; PASSERON, 2007).

## 5.2 UMA PARADA PARA LER JORNAIS

Para compreender adequadamente um mundo que se impunha como inerentemente conflitivo, pareceu-me, desde muito cedo, importante investigar os processos sociais que lapidaram na história do som automotivo em Alagoas essas estratégias discursivas a que recorrem corriqueiramente seus *amantes*. Foi envolvido nesse trabalho de reflexão metodológica que iniciei uma análise preliminar da frequência de temas de matérias jornalísticas coletadas através de um levantamento em alguns jornais da mídia eletrônica alagoana e sua distribuição ao longo do tempo.

Matérias jornalísticas, principalmente as da mídia eletrônica, mais acessíveis e abundantes hoje em Alagoas, sempre foram, desde meu trabalho de dissertação, um recurso metodológico útil para conectar acontecimentos particulares, como o relato de vizinhos perturbados em ruas e bairros específicos, com processos e formas institucionais mais organizados e distendidos no espaço-tempo de práticas e discursos repressivos, a exemplo da polícia, do ministério público, da justiça e dos executivos municipal e estadual, que davam contorno à problemática da perturbação do sossego na qual o som automotivo estava envolvido. Isso permitia que eu compreendesse casos muitas vezes percebidos como individuais no

contexto das redes de interdependência mais abrangentes de que participavam, acrescentando, inevitavelmente, uma dimensão histórica.

Este caminho passou a ser ainda mais relevante para investigar fatos de maior dilatação espaço-temporal, como o da periferização do som automotivo em Alagoas, parte dos meus objetivos nesse trabalho. Nunca foi, de toda forma, minha intenção construir uma história do som automotivo ao modo dos historiadores, mas perceber, traçar e descrever processos sociais estruturados em cuja sucessão de eventos pudessem ser sublinhados marcos de seu desenvolvimento no estado. Eles deveriam esclarecer, entre outras coisas, o que chamei mais acima de armaduras morais.

Nesta seção, mais especificamente, busco indicar, através de um universo de 84 reportagens da mídia jornalística eletrônica, a emergência do som automotivo como um objeto histórico moralmente negativado de produção jornalística. A análise do levantamento sugere, a partir de um processo de intensificação do controle social sobre suas práticas, “perturbações” significativas na ordem sociourbana no decorrer de sua periferização, digo, de sua extensão como modelo de diversão jovem em periferias urbanas de cidades alagoanas.

Coletei, exaustivamente, informações sobre a veiculação de notícias a respeito do som automotivo por alguns dos principais jornais eletrônicos do estado (Alagoas 24horas; Cada Minuto; Gazeta de Alagoas, TNH1 e Via Alagoas), com distribuição das suas equipes e pautas desiguais em relação ao interior e à capital<sup>36</sup>. Entre as funções que dados numéricos podem exercer numa pesquisa de cunho qualitativo, essencialmente histórico-etnográfica, está a sua capacidade de fornecer insights sobre os modos de ligação entre indivíduos, grupos e classes em sistemas relacionais (ELIAS, 2000). Esses insights podem também vir do fato das categorias eleitas para descrever distribuições de frequências se referirem, no nível agregado, a ações

---

<sup>36</sup> Acredito que o alargamento das empresas de notícias, sobretudo quando situadas no interior e com menos profissionalização, poderia enriquecê-lo, mas não mudaria o grande marco da periferização do som automotivo, o *boom do som automotivo*, ocorrido por volta de 2012, e o aumento do controle sobre as práticas por volta desse mesmo período. Isso também porque os marcos de acontecimentos, concentrado em áreas como criminalidade, política e ações da justiça, geralmente são objeto “sérios” de notícias, passíveis de superexposições jornalística, gerando divisores históricos, sociais, espaciais e temporais que caracterizam a objetividade necessária à coordenação das práticas, inclusive jornalísticas.

cotidianas recursivas que constituem propriedades institucionais mais abrangentes no tempo e no espaço, o que permite também perceber transformações (GIDDENS, 2013).

Particularmente, considero esse universo adequado para indicar aspectos estruturais marcantes do processo de emergência de som automotivo como objeto de notícias e a disposição de fatos no tempo por elas interpretados. A ideia de fazê-lo derivou dos achados nas interlocuções, a exemplo da necessidade de explicar as marcas subjetivas dos estigmas sobre os *amantes* de sons. Além disso, ela ajudou a remontar a memória dispersa dos aficionados e interpretar os dados colhidos em sites e nas redes sociais. Contribuiu, dessa maneira, tanto para posicionar os *amantes* em relação a outros grupos quanto para completar e reacender os contornos dos mapas mentais feitos precariamente por eles.

Foi com esse espírito de descoberta que investi algum tempo nesse caminho, para depois aprofundá-lo com a análise de discurso. Logo que recolhi as reportagens encontradas a partir do sistema de busca de cada página, procurando, exaustivamente, pelas palavras-chave “paredão de som”, “paredões de som” e “som automotivo”, iniciei uma categorização temática dos resultados mais norteadas pelos meus objetivos de pesquisa de que pelas manchetes – embora, claro, sempre indexada ao sentido original –, atingindo a marca das 12 categorias descritas logo abaixo.

- 1) **ação coletiva** – ações organizadas por e em favor dos aficionados por som automotivo;
- 2) **regulamentação, controle e repressão** – recomendações e operações do Ministério Público em conjunto com a política, repressão policial, leis e projetos de lei para regulamentação ou repressão do som automotivo;
- 3) **conflito e assassinato** – quando o crime decorre do conflito verbal ou corporal por causa do som automotivo;
- 4) **evento automotivo** – divulgação ou cobertura de evento de som automotivo;
- 5) **mercado ilegal** – notícias sobre “organizações criminosas”, esquemas e apreensões de roubo de materiais de som automotivo e seus correlatos;
- 6) **conflito com a polícia** – quando há resistência verbal e corporal contra a ordem policial de baixar ou apreender o som;

- 7) **conflito com vizinho** – quando há discussão, agressão verbal ou corporal entre vizinhos por causa do volume do som;
- 8) **perturbação do sossego** – notícia chamadas à polícia por vizinhos, ou mesmo permite a expressão dos reclamantes na matéria ou espaço de participação dos leitores;
- 9) **evento com som automotivo** – divulgação de evento que conta com a participação de som automotivo ou usa seu nome como chamariz do público;
- 10) **mercado ilegal e assassinato** – morte de envolvido com atividades ilegais que envolvem o som automotivo ou simplesmente associado a isso;
- 11) **apreciação cultural** – colunas e ensaios que emitem julgamentos negativo e positivos sobre o som automotivo;
- 12) **conflito e tentativa de assassinato** – quando há discussão, agressão verbal tentativa de homicídio pelas partes envolvidas.

Com isso, busquei saber a proporção geral de frequências entre os temas; o surgimento de notícias a respeito de cada tema e o desenvolvimento da sua distribuição no espaço (cidades, regiões) e ao longo dos anos. Mas, antes, para reduzir a complexidade, optei por aglutinar alguns temas em categoriais maiores que se aproximavam em algum ponto importante para os objetivos da pesquisa. Ficaram assim:

- 1) **T1** - conflito e assassinato ou tentativa de assassinato;
- 2) **T2** - regulamentação, controle e repressão;
- 3) **T3** - conflito com vizinhos, polícia, chamadas da população por perturbação do sossego alheio;
- 4) **T4** - mercados ilegais;
- 5) **T5** - eventos de som automotivo e com som automotivo;
- 6) **T6** - ação coletiva.

Deixei de fora apenas o tema apreciação cultural, em número de 6, ficando, assim, o universo com 78 matérias, pois não fazia referência a acontecimentos com lugar e tempo marcado, como a grande maioria, tirando a uniformidade e a comparabilidade da massa de dados. Formaram-se então quatro blocos de temas definidos pelo conflito gerado pelos usos do

som automotivo, pelas práticas ilícitas que envolvem parte de seu comércio, pela diversão e pela luta política dos aficionados.

O que isso tudo pode me dizer a respeito das práticas e do desenvolvimento histórico som automotivo em Alagoas? Começemos pelas limitações. 1) Embora os jornais eletrônicos estejam entre os mais conhecidos do estado, é claro que não são os únicos veículos de informação da imprensa alagoana. Uma busca nas vídeo-matérias dos jornais televisivos mais conhecidos, por exemplo, transformaria em alguma medida as proporções dos temas no conjunto geral. Mas acredito que não valha a pena por serem poucas e, assim sendo, muito provavelmente levariam a algo próximo dos resultados do levantamento em questão, o que, ao final, mostrará argumentos para justificar a ausência do som automotivo em mídias televisivas! Por questão de economia de tempo, detive-me por isso apenas sobre alguns jornais eletrônicos, deixando claro que, quando se trata da mídia escrita, são os mais profusos e produtivos por uma série de razões (a econômica é uma das mais fortes); 2) as informações não servem para contar a ocorrência de fatos na maioria das vezes. Temas como conflito, mercado ilegal, eventos de som automotivo e ação coletiva estão, certamente, subnotificados, servindo apenas para compreender, relacionando-os aos outros temas, sua relevância no conjunto da percepção da mídia no universo que considere. Entretanto, os temas conflito, assassinato e tentativa de assassinato e regulamentação, controle e repressão possuem maior relação entre quantidade de notícias e quantidade de ocorrências. O primeiro pela sua natureza extrema, sob a qual se monta um mercado informacional impresso, eletrônico e televisivo; o segundo, sobretudo, porque grandes operações do Ministério Público, recomendações judiciais e mudanças nas leis orgânicas das cidades se utilizam dos próprios meios de comunicação para se efetivarem.

Considerando isso, utilizei essas análises de frequências para auxiliar a compreensão de quando o som automotivo se tornou um objeto conhecido pela mídia eletrônica, como ela o percebe, com quais assuntos têm relacionado o tema em geral e como hierarquiza seus subtemas.

### 5.3 SOM AUTOMOTIVO: UMA QUESTÃO DE ORDEM?

Logo de início, conforme a tabela do Anexo B, percebe-se que a distribuição geral das produções jornalísticas a respeito do som automotivo se divide claramente entre aquelas que

abordam práticas envolvendo crimes, conflitos, ações voltadas para seu controle e atividades ilegais e aquelas que abordam a diversão e sua luta política. O primeiro grupo apontado representa 84% das matérias, enquanto o segundo apenas 16%.

Se considerar minhas incursões em campo, as investidas nas redes sociais, sua expressividade nas cidades como práticas de lazer, que as matérias não deixam de evocar, essa parte da mídia jornalística eletrônica alagoana tem produzido notícias sobre o som automotivo quase que exclusivamente sob o tema subjacente da desordem social. O fato de o som automotivo ter se tornado um fenômeno das periferias, de a perturbação ter se tornado um problema de ordem pública por sua adesão massiva, não incita muito sua curiosidade.

O tema conflito e assassinato ou tentativa de assassinato (10% do total) surge associado ao som automotivo em 2012 para não mais parar de ocorrer, exceto em 2018. Isso não significa que não houvesse ocorrido antes disso, mas que brigas entre vizinhos ou foliões no carnaval, já reportados, inclusive em São Miguel dos Campos, não tinham sido associados a palavras-chave como som automotivo ou paredão de som, significando também menor relevância social em torno do tema. Percebe-se também que, comparando o número de fatos ocorridos (8) e o número de notícias produzidas sobre eles por diferentes mídias eletrônicas do estado (13), mais jornais podem ter surgido, ou simplesmente passaram a se interessar e fazer associações entre crime e som automotivo como parte de suas pautas diárias. Tanto as notícias sobre assassinatos e tentativas de assassinatos quanto o número de casos de referência têm maior frequência no interior do que na capital (11 contra 2 na primeira; 7 contra 1 na segunda), podendo estar relacionadas a sensibilidades temáticas diferentes, maior controle social na capital, dinâmicas de sociabilidades e economias morais divergentes.

Os fatos relacionados à regulamentação, controle e repressão do som automotivo (23%) passaram a ter cobertura jornalística a partir de 2011, oscilando entre um ano e outro, mas apresentando sentido crescente até 2019, quando atinge sua maior marca com o número de 11 reportagens, a maior parte delas sobre operações do Ministério Público e da polícia. O crescimento das notícias sobre essas operações e sobre as discussões legislativas para a regulação do som automotivo nas cidades alagoanas deve ter como fundamento o grande tensionamento constatado nos meios urbanos entre vizinhos, proprietários de estabelecimentos e polícia, criando demanda por informações a respeito do tema. Quando se trata de comparar

as frequências mais relevantes de notícias entre as cidades e regiões, o quadro se apresenta da seguinte forma: enquanto Maceió conta com 6 notícias, as matérias que abrangem ações em todo o estado contam 5, Arapiraca 4, Santana do Ipanema 3 e Litoral Norte 3. Já quando se leva em consideração os fatos que originam diferentes notícias, Maceió permanece com 6 deles, Alagoas cai para 4, Arapiraca, com 2, é superada por Santana do Ipanema com 3 e o Litoral norte fica apenas com 1. Quando se trata de contar fatos registrados pela mídia, surge como elemento surpresa a pequena cidade de Santana do Ipanema, que ultrapassa Arapiraca e Região Norte. Com 24 casos de referência, as mídias reportaram 30 vezes, levando a acreditar que alguns casos têm mais relevância para os jornais.

Os conflitos com vizinhos, polícia e reclamações da população por perturbação do sossego por causa do som automotivo (11%) reportados pelos jornais começaram em 2007, cresceram em 2009, mantiveram-se estáveis por quase todos os anos, excetuando 2010, 2011 e 2018, alcançando sua maior marca em 2016 com 4 matérias. A julgar pelo número de matérias (14) e as ocorrências reais a que se referiam (12), não houve grande interesse de repercuti-los em muitos jornais, sendo tratado muitas vezes individualmente por cada veículo de comunicação. Maceió, com 6 matérias, e Craíbas, com 3, dividem as posições quanto às matérias produzidas, muito embora Maceió represente 6 casos distintos e Craíbas apenas 1, tratando-se de desacato e resistência à ação policial.

As notícias sobre mercados ilegais (8%) envolvendo som automotivo mantiveram regularidade dos anos de 2010 a 2018, excetuando-se 2011 e 2017, que não contam nenhuma. Com 10 notícias, quase todas com 1 publicação por ano, ganha, em 2018, o número de 4, tendo como origem 2 ocorrências diferentes que são infladas pelo mandado de prisão do filho de um ex-deputado estadual. A capital concentra 5 notícias distintas sobre o tema, enquanto algumas cidades do interior, Craíbas, Delmiro Gouveia, Matriz do Camaragibe, Porto Calvo e o Litoral Sul possuem 1 matéria cada.

Os eventos de som automotivo e as festas que são promovidas levando em consideração o som automotivo e sua atmosfera festiva (6%) não apresentaram, comparativamente aos outros temas, grande regularidade. Iniciando em 2006 com uma matéria, ressurgiu em 2014 com mais uma, em 2016 com outra e 2018 com 4, este destoando da maioria dos anos. Não houve produção de notícias tendo como referência um único fato por mais de um veículo de

comunicação, reforçando sua presença circunstancial nas pautas das mídias eletrônicas. Maceió conta com 6 matérias e 5 eventos, enquanto 1 matéria panorama sobre o carnaval em diversas cidades de Alagoas conta com 1.

Por fim, o tema ação coletiva (2%) só apareceu apenas em 2019 com 3 matérias referentes a dois casos diferentes: as manifestações de proprietários e *amantes* de som automotivo em São Miguel dos Campos e em Maceió.

Sendo assim, enquanto que de 2006 a 2011 vão surgindo espaçadamente notícias relacionadas ao som automotivo num sentido que vai da sua posituação pela divulgação de evento automotivo à negatuação com o início das matérias sobre regulamentação, controle e repressão, passando por conflitos e mercados ilegais, a partir de 2012 – ano que os aficionados se referem como o “boom do som automotivo” em Alagoas, quando se “explodem” competições, novos adeptos e público – tornam-se mais presentes as frequências em quase todos os temas na proporção desigual já relatada. Assim, as frequências de 2012 a 2019 representam 91% do total de notícias produzidas. Enquanto a média de matérias veiculadas por ano é de 1,4 de 2006 a 2011, a partir de 2012 atingirá 9, demonstrando o adensamento da produção jornalística sobre temas relacionados ao som automotivo. 2011, com as primeiras matérias sobre a regulamentação do som automotivo, abre caminho para o relato mais frequente da mídia sobre outros temas, em sua maioria negativos.

A análise indica o lento processo de criação do som automotivo como um objeto de produção de notícias por parte dos jornais eletrônicos de Alagoas em questão. À divulgação de um evento em 2006 se sucede o aparecimento da figura do som automotivo como um incômodo que precisa ser controlado, ao mesmo tempo em que parece ganhar mais espaço nas cenas de diversão das cidades alagoanas. A partir de 2012, a mídia já o enxergava como uma fonte relevante de pautas para notícias diárias, algumas corriqueiras, outras sistemáticas, como as operações do MP e da polícia, outras ainda usadas por seu caráter extremo, como os assassinatos e tentativas de assassinatos. O ano de 2019, curiosamente, eleva-se sobre a média anual da veiculação de notícias, tendo como temas de maior frequência de ações de regulamentação, controle e repressão e a ação coletiva dos aficionados por som automotivo em defesa de seus direitos.

Recortando, editando, iluminando ou obscurecendo aspectos da realidade através da eleição de objetos noticiáveis e de sua captura por grades de percepção moralizantes, que, entre outras coisas, obscureceu a legitimação popular dos paredões em Alagoas, parte da mídia jornalística no estado mostrou ter contribuído ao longo dos anos para a construção de um objeto passível de controle social sobre o qual tem recaído o estigma da incivilidade, da desordem e do crime, legitimando instituições de controle e repressão jurídico-policial.

Entretanto, se levarmos a ordem social tão clamada pelos cidadãos perturbados realmente a sério, como faz a Sociologia, podemos ter outra percepção da questão. O aumento do controle jurídico-policial sobre os *amantes* de som automotivo sugere tensões na ordem sociourbana suscitadas pelos circuitos de práticas de lazer populares que abarcam não só os grandes centros urbanos, já acostumados a concentrarem a maior parte das instituições de controle democrático e repressivo, mas também os interiores.

#### 5.4 MAL-EDUCADOS, INFRATORES, CRIMINOSOS, ATRASADOS...

Na medida em que meus interlocutores reagiam não somente aos conflitos imediatos que provocavam nas vizinhanças, mas a discursos difusos no tecido social, como o respeito à ordem, a individualidade, a civilidade, a lei e a democracia, e não simplesmente a perturbação do descanso desse ou daquele vizinho, pareceu-me justificável me deter um pouco mais na reconstrução desse processo de emergência de um objeto de discussão (e execução) pública, tendo como fonte discursos veiculados em notícias jornalísticas. Não se trata, entretanto, de considerar o mundo como produto de discursos, mas, de outro modo, de evidenciar a formação de uma ampla rede de produção, circulação e consumo de discursos estigmatizadores cujo pano de fundo foi a popularização do som automotivo como um modelo de diversão jovem nas cidades alagoanas. Em segundo lugar, trata-se de chamar a atenção para tensões nas dimensões materiais, cognitivas e morais da ordem sociourbana causada por encontros, competições e festas de som automotivo, que os discursos cumprem o papel de apontar.

Nesta seção, irei dividir as reportagens em três séries distintas de discursos estigmatizadores. Em cada uma delas, deverei me deter sobre matérias que considere mais

marcantes pelo grau de nitidez com que expunham mudanças em relação às outras séries discursivas. Usarei, para tanto, algumas ferramentas de análise da teoria da mudança discursiva de Norman Fairclough (2001) construídas para auxiliar a análise sociológica através do que o autor chama de efeitos constitutivos dos discursos, suas funções identitárias, relacionais, ideacionais e textuais. Fugirei, contudo, de algumas de suas recomendações metodológicas, sobretudo aquela que preconiza análises muito aprofundadas de casos marcantes para o estudo da mudança de grandes configurações históricas, adaptando parte modesta de seu rico instrumental para a captura de mudanças com gradações que mantêm íntima conexão com rápidas transformações sociais. Os conceitos, que destacarei no decorrer da leitura, serão usados para analisar sequências de eventos discursivos produzidos no e para a intervenção no panorama de conflitos urbanos que resultaram em mudanças específicas na imagem pública dos *amantes* de som automotivo e, conseqüentemente, resvalaram em sua subjetividade.

#### **5.4.1 Perturbação do sossego e mudança discursiva: extravagantes e infratores**

A reportagem que representa o marco temporal do aparecimento do som automotivo no universo investigado de matérias produzidas por parte da mídia jornalística eletrônica em Alagoas é a seguinte:

MOTORISTAS PAGAM ATÉ OUTRO CARRO PARA MODIFICAR  
ITENS DE SÉRIE

04/06/2006 14:44 Elaine Rodrigues

A paixão que os brasileiros têm por carros extravasa em alguns motoristas, que gastam o valor de outro carro para modificar equipamentos de som, assessorios ou rebaixar os veículos. Durante este domingo, centenas deles participam do 3º Campeonato de Som Automotivo, Tuning e Rebaixados, em Maceió.

O evento reúne carros de todos os estilos, onde a maior regra é ser diferente, modificando os conhecidos itens de série. “São três categorias: na Tuning, os equipamentos são modificados, como portas, bancos e todo o resto, que não deve ser original. A competição de equipamentos de som mede, principalmente, a potência dos aparelhos e a de rebaixados verifica qual é o

mais próximo ao chão”, explica o organizador e produtor do evento, Elias Fernandes, que pertence ao Maceió Eventos.

Competindo na categoria Tuning, o analista de sistemas, André Pereira, mudou as portas do carro, os bancos, o piso e todo o painel do Astra. “É uma brincadeira de adulto, um hobby, onde o carro fica com a cara do dono. Eu tentei prezar pela harmonia”, contou André, que escondeu quanto gastou na transformação, mas afirmou que foi mais do que o valor do carro. “Agora eu saio para competir, já ganhei campeonatos em Arapiraca e Recife”.

Segundo o organizador do evento, Elias Fernandes, os motoristas pagam cerca de 15 mil reais para modificar equipamentos e acessórios do carro. O valor para aumentar a potência do som também custa em torno do mesmo valor, já o rebaixamento pode sair mais barato, a 500 reais. Entretanto, o preço pago pelos motoristas chega até ser considerado exagerado em alguns casos, em que os carros são avaliados em torno de R\$ 100 mil, somente por causa das transformações.

#### Competição

Em Maceió, o campeonato é realizado uma vez por ano e acontece no Metropolle Hall, no bairro da Serraria. De acordo com o organizador, a reunião de pessoas interessadas nesse novo mercado aumenta a divulgação de lojas especializadas, ajudando o mercado. “Atualmente, há cerca de 50 lojas especializadas em Maceió, mas somente umas 20 possuem qualidade para competir”, afirma Elias Fernandes.

Na competição, a comissão julgadora, formada por oito pessoas, avalia quatro carros de uma só vez. Os três primeiros vencedores ganharão troféus e prêmios, que dão qualidade a loja que fez a transformação.

Para quem quer assistir as competições é cobrado o valor de cinco reais. (ALAGOAS24HORAS, 2006)

Nesta matéria de 2006 (disponível em imagem no Anexo C), quando os eventos de som automotivo ainda eram uma raridade na capital e nos interiores, os *amantes* de som, *tuning* e *rebaixados* foram tratados como uma curiosidade jornalística expressa logo pelo título “motoristas pagam até outro carro para modificar itens de série”. O mote da matéria é, assim, o espanto, o anormal, o extraordinário. A ordem de discurso (p. 95-100), aquela configuração histórica de linguagens, códigos, estruturas interacionais e posições de sujeito, encarnava aqui o papel de entretenimento que os jornais eletrônicos realçaram com seus recursos multimídia e um público leitor jovem no início de 2000, sobrevalorizando matérias mais leves.

Os aficionados foram representados como “motoristas” que “extravassam a *paixão* do brasileiro por carros” em objetos sem utilidade para a maioria, aquilo que, como vimos, os próprios aficionados traduzem como *paixão* ou loucura pelo som automotivo. O destaque dado no título ao dinheiro despendido nas modificações, “pagam até outro carro”, já é um bom sinal disso, que se repetiria ao longo da matéria.

Para justificar a anormalidade dos motoristas, existiria para a autora, como uma intertextualidade manifesta (p. 114-115) que integra à peça jornalística outros textos sobre a forma de pressuposições, uma identidade cultural entre os brasileiros fundada na *paixão* por carros que funciona como um parâmetro de normalidade. Se todo brasileiro é apaixonado por carros, nem todos são capazes de pagar outro carro em acessórios.

Quando se busca aferir o grau de afinidade estabelecida entre representantes e representados, o que Fairclough chamaria modalidade (p.199-203), esse pressuposto traço cultural geral dos homens brasileiros gera não identificação, estranhamento não só entre a autora e os motoristas, mas entre os motoristas e a maioria dos apaixonados por carro. Os motoristas são pessoas que ultrapassam os limites financeiros que a maioria reserva ao automóvel em busca de “ser diferente”. A importância de estabelecer essa distinção entre nós e eles através do investimento financeiro aberrante rende três parágrafos, 1, 3 e 4, que termina com a frase “chega até ser considerado exagerado em alguns casos...”. Como sujeito indeterminado, “chega” confunde-se, facilmente, com o que a autora e, com ela, supostamente, a média dos brasileiros apaixonados pensam.

Em relação a autora, jornalista de um pequeno veículo de comunicação recém surgido à época, fica estabelecida uma distância espiritual, uma incompreensão e, às vezes, a reprovação, ainda que eufemizada pela indeterminação de termos da oração ou pela pretensa neutralidade jornalística, do estilo de vida dos motoristas. Estes são pensados quase como uma espécie de atração bizarra no cotidiano daqueles que têm necessidades normais. Esse discurso e formas de classificação (normais x anormais, útil x inútil) podem ter surgido a partir da condição de gênero da autora, de aspectos da moralidade dos estratos médios, de suas formas de desclassificação cultural de atrizes e atores menos engajados em práticas culturais humanísticas e também da posição que o jornal se encontrava no campo jornalístico local. Em meio à crise da imprensa tradicional e de grandes jornais impressos como a Gazeta de Alagoas

e o Jornal no início dos anos 2000, o aumento do acesso à internet possibilitou surgimento da exploração do campo sob o meio digital por pequenas empresas formadas por profissionais demitidos ou não absorvidos pelo mercado, estagiários, amadores e público e linguagem então em definição, flexibilizando códigos éticos, profissionais e textuais.

Entretanto, é possível assinalar com segurança no discurso um suposto desconhecimento pela autora da existência desses apaixonados por som, da personalização e do rebaixamento de veículos que a nomeação genérica de “motoristas” traz consigo. Mais tarde, como veremos, certamente poucos confundiriam um dono de som com um simples “motorista”. Assim, o som automotivo, no momento da escrita dessa matéria, não era um problema de ordem pública e, sim, objeto de um texto de curiosidade.

No fim dos anos 2000, os donos de som automotivo passaram a ser crescentemente reportados em notícias por conflitos nas periferias da capital entre vizinhos e a polícia: “Poluição sonora incomoda moradores de Jacarecica”; ALAGOAS24HORAS, 2007; “Morador do Vergel é acusado de agressão” (GAZETAWEBa, 2009); “Policiais constatam som alto e são agredidos” (GAZETAWEBb, 2009). Tendo como esteio moral, em sua maioria, a busca por sossego de trabalhadores, a partir de 2009 os *amantes* de som começaram a ser referidos em matérias, direta ou indiretamente, por linguagens policiaiscas e jurídicas. Conflitos violentos em conjuntos habitacionais de Maceió, como o Joaquim Leão, no Vergel, e o José da Silva Peixoto, no Jacintinho, ensejaram sua associação a atos criminosos e passaram a ser classificados como desordeiros, arruaceiros, abusadores da ordem e infratores da lei. O som automotivo já era, assim, embora com pouca consciência do que se tratava, percebido por setores da mídia que representavam reclamantes de bairros residenciais periféricos da capital como o objeto de incômodo difuso causado por homens de localidades diversas.

Corroborando essa imagem pública que se formava também através dos jornais, em 2011, o então Governador do estado, Teotônio Vilela filho, promulgou a lei nº 7.360, discutida e aprovada pela câmara dos deputados, em que tornou infração o uso de som automotivo em postos de gasolina cujo som ultrapasse o ambiente interno do veículo (ALAGOAS24HORAS, 2011). Todo posto de combustíveis do estado deveria, segundo a lei, publicizar o seguinte aviso: “Em respeito à legislação estadual, é proibido o uso de som neste pátio de revenda de combustível”. Teotônio Vilela Filho e a câmara atacavam aqueles que seriam primeiramente a

maior parceria dos *amantes* de som automotivo, como bem destacaram Júnior Bebidas, Ygor Paixão e eu mesmo em meus percursos em São Miguel.

Se em 2011 já era possível perceber com mais nitidez mudanças nas ordens de discurso em direção à sua captura por linguagens jurídico-policiais por jornalistas e políticos. à medida em que o som automotivo se popularizava como modelo de diversão sonoro-musical no período que estabeleci para o *Boom*, entre 2012 e 2017, pouco restavam nos jornais que investiguei vestígios das linguagens de entretenimento que tratei acima.

**MACEIÓ, QUINTA-FEIRA**  
**EDIÇÃO DE 06 DE MARÇO DE 2015**

**NOVA LEI PROÍBE ‘PAREDÕES’ DE SOM**

**CÂMARA DE MACEIÓ.** Medida ainda depende de regulamentação

Um incômodo para muitos e motivo de brigas e confusão para outros tantos, os populares “paredões” de som estão proibidos em Maceió. A Câmara de Vereadores aprovou e promulgou a lei que proíbe a utilização de som com volume excessivo em carros, caminhonetes e reboques do tipo “carrocinha”. A norma foi publicada na edição de ontem do Diário Oficial do Município e entrará em vigor após a regulamentação, que será feita por decreto do Executivo em no máximo 60 dias.

O projeto de lei de autoria do vereador Galba Neto (PMDB) tramitava na Casa desde 2013, mas havia sido vetado pela prefeitura. De acordo com o texto, quem for flagrado com volume acima do determinado pelo Código do Meio Ambiente - que é de 70 decibéis - poderá ter o equipamento apreendido e ser multado.

Antes, porém, as equipes de fiscalização das secretarias municipais de Proteção ao Meio Ambiente (Sempma) e de Controle do Convívio Urbano (SMCCU) farão uma abordagem ao infrator em caráter orientativo e educativo. Caso a notificação seja ignorada, as punições serão aplicadas. Os amantes do “paredão” que desrespeitarem a lei também estarão sujeitos às sanções previstas pelo Código de Trânsito Brasileiro (CTB).

Para evitar e coibir os abusos, a prefeitura fará blitzes periódicas nas áreas urbanas de Maceió, principalmente nos finais de semana e em bairros periféricos, de acordo com a nova regra. O valor das multas será determinado pelo Executivo durante a regulamentação da lei.

“Cada vez são mais comuns os conflitos nos bairros da capital por causa de sons que ultrapassam o limite do bom senso”, afirmou Galba Neto durante a sessão de ontem. O autor do projeto disse que a lei é um “importante instrumento de respeito ao sossego” e citou que os equipamentos muitas vezes ligados próximo a colégios, igrejas, hospitais e áreas residenciais causam prejuízo à saúde e ao convívio urbano.

O presidente da Câmara, Kelmann Vieira (PMDB), classificou como gritante a necessidade de promulgação da lei. Para ele, a questão se tornou um problema ambiental e até de segurança pública, já que há relatos de brigas e tumultos nos locais onde acontecem competições entre sons de carros. “O uso dessas caixas de som no volume que temos visto é um desrespeito ao cidadão, pois fere sua individualidade. Já era tempo de disciplinarmos a utilização desses equipamentos”, afirmou (GAZETAWEBa, 2015).

Transitando das curiosidades jornalísticas para a linguagem policial, desta se transmutou mais uma vez, sem nunca ter abandonado por completo as páginas policiais, para uma ordem de discurso que compartilha utilidade pública e política. Em “Nova lei Proíbe ‘paredões’ de som” (Anexo D), da denúncia expressa no primeiro período como “incômodo para muito e de brigas e confusão para outros tantos”, onde faz questão de ressaltar uma suposta unanimidade indesejada, segue, a partir daí, para uma descrição de eventos enovelada por conceitos técnico-burocráticos e político-institucionais, como “Projeto de Lei”, “tramitação”, “promulgação”, “sanções”, inacessíveis ou pouco usuais à maioria da população excluída do traquejo em espaços formais. Não se pode negar também seu entrecruzamento com a publicização das ações políticas do legislativo que obscurecem na matéria outras camadas da realidade, como a popularização das festas. Mantêm-se, por meio da linguagem formal e asséptica e da indesejabilidade explícita dos paredões, o grau de afinidade negativa e distanciamento espiritual cuja modalidade discursiva marginaliza os aficionados.

Por transitar entre a utilidade pública e a política, o texto compartilha características semânticas e formais que podem ser percebidas até como opostas: certa simplicidade e leveza nos trechos que conectam os paredões à realidade dos conflitos, como no já citado “incômodo para muito e de brigas e confusão para outros tantos” (que produz com alguma irreverência um efeito estético de quebra de expectativas, já que, quando se diz para “uns e para outros”, espera-se opor e não realçar o já dito). Ele se entrelaça à seriedade e formalidade da política institucional, alcançando potencialmente um público mais heterogêneo, diga-se, aqueles

interessados nas ações legislativas e aqueles perturbados pelos paredões, grande parte de origem nas periferias, como a própria matéria irá enfatizar.

A lei é representada de forma indireta. O texto da lei não é, em momento algum, citado literalmente, cabendo à autora parafraseá-la, o que acontece nos parágrafos 1, “lei que proíbe a utilização de som com volume excessivo em carros, caminhonetes e reboques do tipo ‘carrocinha’”, e 2, “De acordo com o texto, quem for flagrado com volume acima do determinado pelo Código do Meio Ambiente - que é de 70 decibéis - poderá ter o equipamento apreendido e ser multado”. Essas paráfrases são capturadas no controle interacional (p. 192-197) entre a fala da repórter e o texto da lei pela contextualização negativa inicial das “brigas e confusões” geradas pelos “paredões” produzida pela jornalista para atribuir à lei o papel de remédio. Esse aposto do primeiro período da matéria, que especifica a natureza abusiva dos paredões, ganha uma função justificativa, sob um olhar moralizante, da proibição dos paredões. Não se trata apenas de dizer que os paredões estão proibidos, mas que devem ser proibidos porque são causa das brigas e confusões. Essas confusões, por outro lado, possuem um lugar mais ou menos determinado: “os bairros periféricos de Maceió”.

Quando se trata de representar falas dos políticos, outra forma de mostrar como se exerce o controle interacional para dar sentido ao texto, a autora permite o discurso direto para enfatizar a importância do “instrumento de respeito ao sossego” àqueles que causam prejuízo à saúde e ao convívio urbano, nas palavras de Galba. Quanto a Kelmann, reproduz seu contentamento em “disciplinar” a utilização dos equipamentos que por gerarem tumultos e brigas, se tornaram um problema de segurança pública. A autora parece ter se apoiado, principalmente, nesse trecho da fala de Kelmann para dar o tom da matéria na frase inicial, embora recuse a elementos do universo do som automotivo, sempre entre aspas, para agregar novas descrições da realidade, como “paredões”, “carrocinha”, “amantes dos ‘paredões’”, introduzindo conhecimentos nativos.

Recorre-se no texto a uma pressuposição central: as reclamações de perturbação do sossego e das inúmeras confusões causadas pelas festas de paredões, que é transparecida pela demanda legislativa de políticos como Galba Neto, cuja carreira política familiar é suportada por eleitores de bairros de periferias da cidade, como o tabuleiro do Martins e o bebedouro. Além disso, constitui a matéria outros eventos discursivos passados, como a ocasião do veto da

prefeitura ao projeto em 2013. Esses pressupostos que se referem às reclamações trazem consigo a percepção quase unilateral dos paredões como objeto de perturbação, amenizado apenas quando a autora demarca a esfera das paixões do "amante do 'paredão'". O princípio de articulação dos pressupostos entramados pelo texto através do controle da interação exercido pela autora da matéria no ato de noticiar mantém-se aquele da resposta justa da política ao clamor de muitos pela penalização dos paredões.

Por fim, no modo como se estrutura e se entrelaça as partes do texto e concede falas não sobra, como na maioria das matérias, espaços para falas e representação dos donos de paredões, nem meio para sua positivação, de alguma maneira, que não o da concessão à *paixão* e à *loucura*. Quanto a isso, vejo na expressão "amantes do paredão", no período "Os amantes do 'paredão' que desrespeitarem a lei também estarão sujeitos às sanções previstas pelo Código de Trânsito Brasileiro (CTB)", apenas uma tentativa tímida de reparação, um aspecto da polidez negativa (p.203-207) que eufemiza uma condição de negatividade moral, para as constantes generalizações e atribuições de desordem e infração aos aficionados por parte da mídia.

A matéria, identificando, com alguns recursos de eufemização, os *amantes* de paredões a desordeiros, reproduz uma ordem de discurso que, pela articulação de elementos intercambiáveis de tipos discursivos distintos, como "briga", "confusão", "lei", "infrações", "sanção", "proteção da individualidade", coloca os *amantes* em posição muito semelhante à de pessoas maculadas socialmente pelo crime cuja palavra é negada, abundante nas páginas policiais. Logo perceberemos que não era falta de proponentes.

Essa matéria foi publicada no contexto de crescimento das reclamações de áreas residenciais urbanas na capital que, como sua autora mesmo afirma, já vinha despertando o interesse de legisladores vinculados a periferias da capital desde 2013. A partir de certo momento, que traçamos acima entre 2006 e 2009, parte da mídia jornalística eletrônica alagoana foi enredada nas tensões difusas entre donos de sons, vizinhança e polícia, que mais tarde envolveria ministério público, legislativo e executivo, sendo chamada a abraçar a causa dos cidadãos de bairros de periferia como Jacarecica, Vergel, Jacintinho, tabuleiro, bebedouro, com quem passaram a manter relações ainda mais estreitas proporcionadas pela internet. Mas não somente de desafetos eram feitas as festas com som automotivo. Os paredões também eram "populares" porque desejados e curtidos por muitas pessoas, e essas matérias ou negavam

conhecimento, ou davam vazão, quando não construíam ativamente, personalidades contraventoras apoiadas em ordens de discursos que integram linguagens, códigos, significados, posições de sujeito, estruturas de troca de turno articulados por discurso de ordem jornalístico-jurídico-político-policial.

As práticas discursivas revelam até aqui um modo de tratar publicamente as periferias como um lugar de excessos; ao suposto infrator, sem direito à fala, em detrimento do trabalhador, despossuído, mas socorrido pela voz do jornal, é roubada a oportunidade de identificar-se por si próprio, lançando significações marcadas fortemente pela visão do som automotivo como produto de personalidades infradoras.

Ainda em 2015, no auge do som automotivo no estado, quando fervilhavam encontros, competições e festas também nas cidades menores do interior, já havia se somado ao coro da população, de jornalistas, da polícia, de legisladores e de chefes do executivo estadual pela fiscalização, controle e repressão do som automotivo empresários do turismo, associações de turismo sustentável e Ministério Público, que procuravam tornar seus negócios lucrativos através do acionamento e auxílio a aparatos jurídico-policiais no combate à poluição sonora (GAZETAWEBa, 2015).

Para tanto, seria necessário manter ostensivamente operações de fiscalização que apreenderiam equipamentos daqueles que abusavam do som automotivo. Mais tarde, interesses da preservação de espaços de exploração turística também ganhariam espaço, dessa vez no litoral sul. Numa matéria de 2017 intitulada “Apesar de proibido, veículos conseguem circular livremente em praia alagoanas”, o jornalista à frente do texto atentou-se para o fato de as praias do litoral sul, principalmente o Pontal do Peba, serem invadidas pelo uso irregular de automóveis na praia, colocando em risco pessoas e o meio ambiente (GAZETAWEB, 2017). Os motoristas foram descritos como acomodados ao não cumprimento da lei. Nesse lugar de descaso, o som automotivo, o paredão, especialmente, ganhou lugar de destaque.

Quando param seus carros, no trecho que considerarem mais adequado, muitos deles passam a cometer outra infração típica de lugares subdesenvolvidos: o uso de som automotivo, os já conhecidos e proibidos "paredões".

Em 2019, tanto o espaço dos aficionados na mídia, embora ainda que sob formas e registros negativos, quanto o discurso de alguns jornalistas e agentes do ministério público minimizavam o poder das classificações jurídicas e policiais de desordeiros, contraventores e infratores.

### DONOS DE PAREDÕES ORGANIZAM PROTESTO E PEDEM DIÁLOGO COM O MP SOBRE APREENSÕES

Publicado por: **Via Alagoas** em 20 de maio de 2019 08:44h

Os donos de paredões de som estão articulando um protesto silencioso nesta segunda-feira (20) para chamar a atenção e propor ao Ministério Público Estadual (MPE/AL) uma negociação para que seja assinado um Termo de Ajuste de Conduta (TAC) visando regulamentar o uso dos aparelhos na capital alagoana.

O protesto foi anunciado após uma operação ocorrida neste sábado (18) em alguns pontos da cidade, que resultou na apreensão de alguns aparelhos de som. Integrante do movimento dos paredões, Junior Brasit afirma que é a maior necessidade neste momento é que os proprietários dos paredões sejam ouvidos pelo Ministério Público, já que muitos utilizam os aparelhos como fonte de renda.

Brasit ressalta que as fiscalizações não ocorrem de forma educativa, resultando na apreensão dos aparelhos já na primeira abordagem. “O que nós queremos é que seja firmado um TAC, o cidadão sofra a primeira a abordagem, caso esteja errado seja feito um TCO (Termo Circunstanciado de Ocorrência) e na próxima abordagem, havendo com reincidência, seja aplicada a lei”, colocou ele.

O projeto “MP conectado com você – perturbar o sossego alheio é escolha sua e poluição sonora é crime” ocorre de forma conjunta com a Polícia Militar, Polícia Civil, Superintendência Municipal de Transporte e Trânsito (SMTT) e Secretaria Municipal de Segurança Comunitária e Convívio Social (SEMSCS), Detran, entre outros órgãos.

O protesto está agendado para às 10h da manhã, no trevo do antigo posto da Polícia Rodoviária Federal (PRF). “Nós queremos chamar atenção para que o Ministério Público nos escute e a sociedade também”, colocou Brasit. (VIAALAGOAS, 2019)

Nesta notícia, que divulgou um dos protestos organizados por proprietários de paredes naquele ano no estado ocorrido em Maceió (Anexo E), a ordem de discurso que articulava tipos textuais que configuram matérias sobre política, polícia e utilidade pública surge, com mais nitidez, numa articulação discursiva que parece seguir na contramão do até aqui posto. Não sei classificá-lo em um tipo específico de seção ou função social do texto jornalístico, mas posso seguramente afirmar que ele transcende aqueles mecanismos de obscurecimento da legitimação popular dos paredes além da perturbação e se estrutura em torno da ação coletiva dos proprietários e de suas reivindicações sem enquadrá-los prontamente como mal-educados, contraventores ou infratores.

A matéria “Donos de paredes organizam protesto e pedem diálogo com o MP sobre apreensões” apresenta dois discursos em choque: o dos proprietários representados por Brasit, que alegam não serem avisados antes da apreensão dos equipamentos; e o do Ministério Público, desta vez sub-representado por citações, como “O MP conectado a você – perturbar o sossego alheia é escolha sua e poluição sonora é crime”, que criminaliza o uso dos equipamentos. A representação de cada discurso, aquilo que o autor permite mostrar e como mostrar, é feita de modo a reforçar as reivindicações dos donos de paredes. Diria que o controle interacional estaria agora os favorecendo.

Com exceção do pequeno parágrafo (4) em que é descrita a operação, esta tomou um lugar dependente da perspectiva dos atores-chave da notícia. No primeiro parágrafo, “Os donos de paredes de som estão articulando protestos nesta segunda-feira (20)...”, que resume a notícia, o Lide, na linguagem jornalística, submete a ação do Ministério Público à interpretação e reação política dos manifestantes. Eles são os sujeitos ativos que propõem negociação. No parágrafo seguinte (2), a operação é anunciada como motivação da proposta do TAC, o que, apesar do autor aparentemente não atribuir qualquer valor às apreensões, logo a deixa ser capturada pela crítica de Brasit quanto a desconsideração do grupo como sujeitos de direitos. “Júnior Brasit afirma que é a maior necessidade nesse momento é que os proprietários de paredes sejam ouvidos pelo Ministério Público, já que muitos utilizam os aparelhos como fonte de renda.”

A Brasit foi concedida também, no parágrafo 3, uma citação direta e longa, algo jamais identificado por mim nas análises das matérias, estabelecendo um canal de autoidentificação para os proprietários e de defesa de seus interesses.

O que nós queremos é que seja afirmado um TAC [Termo de Ajuste de Conduta], o cidadão sofra a primeira abordagem, caso esteja errado seja feito um TCO (Termo Circunstanciado de Ocorrência), e na próxima abordagem, havendo reincidência, seja aplicada a lei.

A matéria ainda pressupõe os conflitos causados pelas festas nas áreas urbanas, evocado pelo “protesto silencioso”, que busca, numa espécie de ironia, inverter a atenção pública para os paredões justamente por estarem fazendo o contrário daquilo pelo que são conhecidos: o barulho. Esse intertexto é trazido à tona também através da operação “MP conectado com você – perturbar o sossego alheio é escolha sua e poluição sonora é crime”. Entretanto, está claro que não é usado de modo algum na criação do texto para depreciar e criminalizar o som automotivo, como vinha sendo presente em outras amostras apresentadas.

Diferentemente disso, os tópicos desenvolvidos procuram dar vazão às razões, motivações e propostas dos manifestantes. Fica claro então que, embora continue a pretender estabelecer fatos objetivos, uma forma por meio da qual os jornais ideologizam subrepticamente os textos, como bem percebe Fairclough, o texto conferiu o direito à palavra aos *amantes* de som automotivo, desarticulando em grande medida o discurso criminalizador e as sanções institucionais que lhes negavam a autodefesa e a autodefinição em benefício de um discurso mais democrático. Ainda está ausente, entretanto, qualquer colocação que denote interesse dos produtores de notícia pelo universo do som automotivo, seus personagens, públicos, valores, o que, no caso da sua criminalização, ao contrário, elementos de natureza valorativa transbordam a simples noticição dos fatos.

Deixá-los falar em seu nome não significa, portanto, suspender seu status desviante por completo. Isso mantém um equilíbrio entre a demanda dos reclamantes e dos simpatizantes operado por meio de reivindicações de justiça mais largamente legítimas, aquela que se trata de salvar a propriedade dos abusos do Estado, mas nada prolixo em produzir argumentos em seu favor através da sua relativa legitimidade popular.

Um tipo textual que cumpre a função de defesa dos proprietários contra supostos abusos por parte do ministério público e da polícia se mescla à função de agenda de eventos político-sociais, no caso uma manifestação, colocando os paredões mais uma vez na seara dos compromissos clássicos da imprensa com a fiscalização e controle Estatal. Contextualizada por mais uma operação do Ministério Público em colaboração com polícia, a matéria apresenta transformações discursivas que podem estar ligadas a mudanças na circulação e no consumo de paredões. Isso pode ser resultado da participação dos paredões em espaços e tempos cada vez mais descentrados em relação aos aficionados. A sua face positiva vem sendo cunhada com sua participação em festas públicas e particulares, sua contribuição para a economia popular e pelo reconhecimento enquanto fonte e linguagem de entretenimento jovem (GAZETAWEBa, 2018; GAZETAWEBb, 2018; GAZETAWEBc, 2018; GAZETAWEBd, 2018).

#### **5.4.2 Paredão, festa, descontrole e disciplinamento no interior de Alagoas**

Em 2014, em meio ao *boom* que acontecia também nos interiores, já era possível perceber a formação de um discurso que, sem deixar de se remeter, principalmente sob a forma de interdiscursos manifestos (pressuposições de outros textos), à questão da perturbação da ordem e às classificações policiais a que me referi, enredou o som automotivo aos mecanismos de disciplinamento das festividades do interior através de dispositivos jurídicos criados pelo Ministério Público.

MINISTÉRIO PÚBLICO FIRMA TAC PARA GARANTIR SEGURANÇA EM FESTIVAL

Por **Gazetaweb, com assessoria** 10/07/2014 13h58

Competição com as manobras conhecidas como 'cavalo de pau' e que já resultou em morte durante Festa da Juventude, em Santana do Ipanema, será restrita

A tradicional Festa da Juventude, que acontece todos os anos no município sertanejo de Santana do Ipanema, será realizada, agora em 2014, dentro dos

critérios estabelecidos em Termo de Ajustamento de Conduta assinado nessa quarta-feira (09), naquela cidade. O TAC foi proposto pelo promotor Wesley Fernando Oliveira e seguiu assinado por representantes da Prefeitura e órgãos ligados à segurança pública, além do Conselho Tutelar.

Em maio de 2011, Robson Souza Silva, de 32 anos, morreu ao participar de competição naquela cidade e que reúne, durante o festival, amantes da manobra conhecida como cavalo de pau. Ele e mais três amigos estavam numa caminhonete Hilux, quando capotou e foi arremessado para fora do veículo, em um campo de aviação do município. À época, o Ministério Público chegou a pedir a proibição dos 'rachas' em Santana do Ipanema.

Caberá à Prefeitura de Santana do Ipanema a instalação de banheiros químicos em quantidade suficiente e recomendada pelas Polícias Militar e Civil, fazer a sinalização para a mudança do fluxo de trânsito, disponibilizar guincho para o trabalho de monitoramento da SMTT na cidade, e providenciar transporte e lanche para a tropa da PM que trabalhar durante a festividade.

- Abaixo, vídeo de acidente que resultou em morte durante festival:

Também será de competência do Município contratar segurança privada para os camarotes e cancelas; cuidar para que o evento tenha início às 22h e termine, no máximo, às 04h da manhã do dia subsequente; proibir e fiscalizar a venda de bebida alcoólica em vasilhames de vidro e churrasquinhos em palitos de ferro ou madeira, além de não permitir que o denominado paredão de som automotivo funcione após às 18h.

A Prefeitura terá, ainda, a missão de providenciar, junto ao hospital regional, que os atendimentos sejam feitos com agilidade, buscando desocupar a guarnição da PM que socorreu a vítima o quanto antes, de modo a também garantir ao paciente o socorro necessário.

#### **Polícias, Corpo de Bombeiros e Samu**

Estará sob a responsabilidade da Polícia Militar a coordenação operacional dos órgãos envolvidos na Festa da Juventude, tendo a corporação o compromisso de patrulhar todo o evento, garantindo a ordem e a paz social. Já as manobras com "cavalo-de-pau" só poderão ser executadas se os condutores dos veículos apresentarem à Polícia Militar um diploma de curso de condutores para manobras radicais.

Já o Corpo de Bombeiros fará as vistorias necessárias nas estruturas do evento e no parque de diversões, podendo, caso os mesmos não estejam de acordo com as normas técnicas, lacrar as instalações e comunicar a interdição aos

órgãos competentes e ao Ministério Público.

Os bombeiros também terão que solicitar à Casal a instalação de hidrantes nas proximidades da festa, além de disponibilizar uma guarnição de resgate de vítimas e outra de combate a incêndio, exclusivamente, no local do evento.

A Polícia Rodoviária Federal, por sua vez, fará blitz e bloqueios na BR-316 e, em parceria com a PM, disciplinará o trânsito durante a festividade. Já a Polícia Civil terá a obrigação de manter duas equipes de plantão para receber as reclamações e fazer os devidos flagrantes, além dos Termos Circunstanciados de Ocorrência (TCO).

O Serviço de Atendimento Móvel de Urgência (SAMU) também manterá duas equipes de serviço, enquanto o Conselho Tutelar e os comissários da infância farão plantão na festa, fiscalizando se há crianças e adolescentes em situação de risco durante a folia.

#### **Associação Comercial e Secretaria de Saúde**

Caberá à Associação Comercial recomendar aos proprietários de estabelecimentos comerciais o devido bloqueio físico, através de tapumes, para evitar danos aos empreendimentos, enquanto que a Secretaria Municipal de Saúde se comprometeu a manter uma tenda de atendimento à população dentro do evento, com uma ambulância e técnicos em enfermagem.

"O TAC disciplina os compromissos que caberão à Prefeitura e a cada órgão envolvido na Festa da Juventude. Ele é importante porque estabelece responsabilidades. Durante a reunião, nós explicamos a importância de todos cumprirem o seu papel. Somente assim, poderemos ter uma festa ordeira e tranquila", afirmou Wesley Fernando Oliveira, promotor de Santana do Ipanema.

O evento será realizado entre os dias 11 e 13 deste mês. (GAZETAWEB, 2014)

Ainda no gênero da notícia jornalística, o texto “Ministério Público firma TAC para garantir segurança em festival” (Anexo G) articula tipos discursivos como a propaganda das ações do Ministério Público e, mais especificamente do promotor, e uma lista de injunções resultantes da firmação do acordo com prefeitura de Santana do Ipanema (GAZETAWEB, 2014). A autoria do texto é atribuída ao jornal e à assessoria do ministério público, “Por Gazeta

Web, com assessoria”, descrito no topo da página logo após o título. Significa que o jornal recebeu da assessoria um release com as informações, cabendo adaptá-la, às vezes o mínimo possível, à editoração. É esse processo de coautoria, mas que carrega desde o início as necessidades de publicização das ações do promotor Wesley Oliveira, que define um tipo textual e uma organização gráfica voltada para ressaltar a ação e a autoria de alguns agentes, o promotor e o ministério público, em detrimento de outros, a prefeitura, no contexto de uma problemática sensível à avaliação da sua atuação. A foto do promotor em destaque e a legenda “Promotor Wesley Oliveira propôs o TAC (Foto: Ascom/MPE-AL), revela as sugestões que a assessoria deu para que o promotor fosse destacado na matéria.

Esse tipo propagandístico da notícia se articula, com a intenção manifesta de informar, à reprodução de listas de recomendações de que deriva o termo de ajuste de conduta as quais podem ser interpretadas como injunções, representados por verbos como “caberá”, “terá”, se se leva em conta a sub-representação da prefeitura na matéria.

O TAC foi proposto pelo promotor Wesley Fernando Oliveira e seguiu assinado por representantes da Prefeitura e órgãos ligados à segurança pública, além do Conselho Tutelar.

(...)

Caberá à Prefeitura de Santana do Ipanema a instalação de banheiros químicos em quantidade suficiente e recomendada pelas Polícias Militar e Civil

A matéria poderia sugerir uma colaboração mais enérgica da Prefeitura para com a segurança da festa. Está ausente, porém, esse tipo de termos eufemísticos que mitigariam os efeitos negativos das recomendações. À Prefeitura coube apenas, primeiramente, assinar o documento; depois, garantir que as recomendações fossem implementadas.

Os paredões foram envolvidos nas recomendações do MP na medida em que estas tinham por objetivo expresso tornar a festa “ordeira e tranquila”, traduzido, em certo trecho, pela prevenção de descontroles, de violência e outras formas de excessos. O registro dos paredões como motivo de confusões, expresso em outras matérias e ordens discursivas se manteve um pouco transversalmente em relação à temática da reportagem. Estava proibido a “venda de vasilhames de vidro e churrasquinhos em palitos de ferro, além de não permitir que

o paredão de som automotivo funcione após às 18h”. Não foram citados shows, blocos e outros tipos de atrações do evento. Considerando isso, os paredões ganharam papel de destaque nas ações de controle, sugerindo, primeiramente, sua cristalização como protagonistas de festas populares na cidade. Apesar do levantamento dos encontros e competições realizados através da internet apenas apontar um único evento, o “1º Santana Fest Car carreta Treme Treme, Santana do Ipanema”, ocorrido em 23 de setembro de 2017, organizado pela V8, Ygor da Paixão, em suas investidas no Sertão alagoano, chamou minha atenção para a força que o som automotivo tinha nessa região.

eu já fiz... no sertão já fiz em várias. Já fiz em Batalha, já fiz em Santana do Ipanema, inclusive, na festa da juventude a minha empresa foi uma... dois anos. Nos últimos dois anos a gente foi contratado pelo próprio evento, pela própria prefeitura pra fazer a medição do campeonato. [em Santana, né?] Em santana do Ipanema que é uma festa da juventude que é 51 anos aí de festa e a gente começou a entrar lá em Santana, fazendo medição. Cajueiro, Viçosa eu já fui fazer medição.

A força dos paredões, por sua vez, trouxe consigo também a centralidade como objeto de combate à perturbação do sossego que se desenvolvia em outras tantas cidades.

A notícia traz três intertextos pressupostos, dois mais explícitos e um mais velado, que são articulados de uma maneira específica pelo caráter de notícia e de publicização das ações do Ministério Público. O primeiro é o release da assessoria do Ministério Público que, acredito, deu o tom propagandístico da matéria. O outro pressuposto é o texto do próprio TAC, de onde se desenrola uma lista de recomendações à prefeitura e a diversos outros órgãos municipais, dando efetividade à intenção e ao poder do Ministério Público de intervir nas festividades. Esse pressuposto que disciplinava a ação da prefeitura e de outros agentes ancorou-se em um fato o qual foi também objeto de notícia. Uma matéria sobre os riscos das manobras de cavalo de pau no festival da juventude de Santana do Ipanema (GAZETAWEB, 2011), que levou à morte de um jovem, é o contexto para também condenar “irregularidades” como o som automotivo, que a cidade teria em número exagerado durante o evento. “Cavalo-de-pau: morte alerta para outras imprudências no trânsito. “Motoristas alcoolizados, som alto e ‘personalização’ de automóvel são alguns dos problemas associados” era o título.

O jornalista dessa matéria citada descreve o evento de manobras arriscadas como uma insensatez por parte de participantes e do público. A insensatez se torna algo perto da bestialidade quando descreve categoricamente que, após um acidente, todo o público, eufórico, sequer se atentou ao estado de saúde do motorista.

Protegido apenas por cercas que o separam da 'arena', o público vai ao delírio quando o condutor de um veículo de passeio, ao tentar realizar manobra para impressionar a plateia, acaba perdendo o controle do automóvel, que atinge a cerca antes de capotar. Cresce a euforia, sem que ninguém demonstre preocupação para com o estado de saúde do motorista.

É com esse olhar moral que o som automotivo é definido como uma das formas de infringir a lei por motoristas irresponsáveis, aventureiros que têm como parte de sua realidade associar álcool ao volante. Retornando a reportagem em análise, juízos como estes parecem estar implícitos nas recomendações do Ministério Público que ligam num mesmo bloco semântico pressupostos que relacionam segurança física, violência, álcool e paredões. “venda de vasilhames de vidro e churrasquinhos em palitos de ferro, além de não permitir que o paredão de som automotivo funcione após às 18h”.

Da mesma forma como em outras análises, aqui os paredões foram capturados por ordens de discursos que, por meio do estabelecimento outrocentrado de identidades contraventoras, negações à fala, distanciamentos travestidos da objetividade e formalidade da notícia, reservam-lhes posição social subordinada à ordem traduzida pelos porta-vozes do clamor popular e de outros setores sociais.

Em outra matéria de 2017, noticia-se o comprometimento da prefeitura de Atalaia com o TAC da promotoria de justiça para disciplinar o carnaval da cidade (ALAGOAS24HORAS, 2017). Os motivos alegados são a má situação financeira da cidade e a violência costumeira no período. Fica proibido à prefeitura gastar com a festa; impõe-se limites de horário a blocos, bares e restaurantes, proíbe-se a utilização de carros de som sem autorização da prefeitura e paredões de som que não aqueles que puxarão os blocos.

Se por um lado fica claro o aumento do controle sobre as festividades, também deixa evidente o papel dos paredões nas festas: além de estarem presentes como ilhas de diversão nas

ruas, bares e restaurantes, substituem bandas de metais e se tornam os principais meios de diversão. Os paredões, há muito conhecidos e objetos de disciplinamento constante, continuaram a ser referenciados por aspas, o que se caracteriza como uma modalização de distanciamento travestido da formalidade do texto jornalístico, já que aparecem assim apenas em notícias de cunho policial e teor negativo, negando, com isso, seu valor cultural.

### 5.4.3 Tradição versus modernidade: paredões como anátema cultural

Por fim, em matéria de 2018, no período de declínio dos encontros no estado ocasionado pelo endurecimento das operações de fiscalização e apreensão, capturei outro discurso distinto que diz respeito à inferiorização cultural dos paredões de som que tem como princípio de divisão e hierarquização o pertencimento ou não aos cânones da cultura popular.

Maceió, terça-feira, Edição de 10 de fevereiro de 2018

**Caderno B** Rogério Dyaz - Ativista Cultural

A BRINCADEIRA DO BOBO

Nosso contato com a cultura do carnaval foi através do Bobo. Quando criança, interagia com aquele personagem esquisito que aparecia na rua fazendo medo ao povo; uma diversão inesquecível, escapar do Bobo e acompanhá-lo durante o percurso...

Uma das coisas mais legais do Bobo é o envolvimento das crianças. Além da diversão, da alegria, da afetividade, a gente terminava o percurso arrecadando moedas. No final, estava todo mundo cansado, mas juntava aquele trocado para ir à padaria.

Na verdade, primeiro acontecia a rodada de flau um pouco antes do final, pra galera dar aquela hidratada, e em seguida a gente sentava em frente à padaria, aquela turma de pivetes de todas as idades, dos 3 aos 16 anos, todo mundo sentado na calçada com seus baldes, suas latas, seus pedaços de pau que a gente utilizava para bater na lata.

Comprávamos pão, salame, refrigerante. O evento acabava ali naquele lanche. Pra gente, por mais que seja uma contradição, aquilo era algo meio sagrado. Era o ritual de comer juntos, de comemorar, porque tinha sido massa e de planejar o próximo ano.

Tínhamos na época mais ou menos 11, 12 anos e, depois que parou de passar aquele Bobo, começamos a fazer. Sem nenhum planejamento, estratégia, sem nem sequer refletir sobre o que estávamos fazendo; simplesmente começamos a fazer.

Desenvolvemos a técnica de fazer as roupas, as máscaras. Temos um companheiro, o Antônio Severino, que também é morador da Rua Sol Nascente [onde fica localizado o projeto de Rogério, o Quintal Cultural] e é um artista, artesão, poeta. Ele faz a roupa e a máscara do Bobo.

Temos os ensaios com as crianças, que fazemos sempre no período que antecede o carnaval. Saímos pela rua com a batucada: “O Bobo quer dinheiro, quem não der é pechinheiro”. Quando alguém dá dinheiro, o Bobo começa a dançar. Quando as pessoas não dão nada, a galera grita: “Pechinheiro, pechinheiro!”.

Esse foi nosso carnaval durante muito tempo. Depois, na rua, foram surgindo outras iniciativas, o pessoal saindo com carro com som na mala. Chegamos até a trombar num grupo, e aí propusemos todo mundo fazer junto. Sentamos e resolvemos fazer o carnaval da Rua Sol Nascente. Entendemos que o carnaval é também um meio de pacificação. Pacificar é fazer acordos, e o bloco da gente com o Bobo, que ia com 100, 150 pessoas, quando unificado com as outras iniciativas da rua, passou para 800.

Na penúltima edição foi um mar de gente. Seguimos alguns princípios que estabelecemos, dentre eles que deve haver música ao vivo, uma orquestra de frevo, uma batucada. Essa coisa de paredão de som não aceitamos. Nosso carnaval é tradicional, a galera no chão, vibrante, como acreditamos que tem que ser. De 2002 pra cá, o bloco está ganhando força na comunidade, a partir também da insistência. Fazemos todo Sábado de Zé Pereira, com concentração às 14h e saída às 16h. São 20 anos, e todo Sábado de Zé Pereira estamos lá.

Hoje nosso carnaval tem várias músicas do próprio bloco devido a essa evolução depois do Bobo. No final do dia temos apresentações, cantamos. É a música do carnaval da rua: “Carnaval chegou, carnaval chegou/ Na Rua Sol Nascente só vai ser paz e amor / Paz, amor e alegria / Eu quero o povo todo caindo na folia”. Além dessa temos outras, uma nova deste ano, que diz: “O carro do lixo não passa na Rua Sol Nascente / É indecente, é indecente / Não passa na Rua Sol Nascente”.

Temos batuques, canções que falam da lagoa, temos axé, maracatu, boi. Temos uma produção cultural ligada ao carnaval. O carnaval é um instituto pacificador da periferia; da sociedade como um todo, mas principalmente da periferia (GAZETAWEBE, 2018).

Dois gêneros se entrelaçam para construir o texto em defesa do tradicional carnaval de rua nas periferias maceioenses. Acredito que, primeiro, um gênero memórias, expresso logo no período “Nosso contato com a cultura do carnaval foi através do Bobo. Quando criança...”, em que resgata o significado social e emocional do bobo através de relatos da infância. Descrições das experiências são coloridas com avaliações subjetivas, como “uma diversão inesquecível”, “uma das coisas mais legais do bobo”, por meio das quais positiva o carnaval de rua que vivenciou num bairro de periferia da capital, hoje referência para a cultura popular. Essas memórias se articulam a um gênero ensaístico em que, menos formalmente determinado que o artigo científico, a impressão pessoal é permitida não só para a crítica cultural, mas também para estabelecer avaliações de ordem objetiva, conexões entre fatos. É o que de fato se torna explícito quando estabelece, a partir da descrição do choque entre o bobo e um som de mala, a tese da reflexão ensaística: “o carnaval é um meio de pacificação” da periferia. O carnaval de rua, sobretudo, já que não aceitava os paredões como sua expressão legítima, e, ao que parece, tão pouco é capaz de pacificar.

Na penúltima edição foi um mar de gente. Seguimos alguns princípios que estabelecemos, dentre eles que deve haver música ao vivo, uma orquestra de frevo, uma batucada. Essa coisa de paredão de som não aceitamos. Nosso carnaval é tradicional, a galera no chão, vibrante, como acreditamos que tem que ser.

Ao paredão, elétrico, mecânico, com músicas e danças que mimetizam o sexo, pessoas de diversas origens, fama de contraventor, forma urbana impura que não tem origem nem na cultura popular consagrada nem nas produções eruditas não há espaço, nem mesmo em uma instituição pacificadora, ironicamente.

O texto ensaístico foge ao padrão notícia esperado pela maioria dos leitores do jornal Gazeta de Alagoas. Localizado no caderno B (cultural), ele tem como condição de produção,

além da sensibilidade do autor, no caso, um ativista cultural, especialista simbólico, a expectativa de leitores menos pragmáticos em sua relação com o consumo de textos num jornal, sensibilizado por questões culturais, que se encontram em profusão nas profissões mais ligadas às áreas de artes, nem sempre oriundas da academia, e humanidades. O caderno cultural da Gazeta de Alagoas ostenta também o status mais distinto do jornal, considerado “chique” na medida em que se distancia do cotidiano para estabelecer relações mais livres das urgências, aquele caráter “inútil” do propriamente cultural, como observou Bourdieu. É um canal de comunicação de circuitos artísticos culturais do estado por onde se procura estabelecer e legitimar significações entre produtores e consumidores simbólicos.

Pelo menos dois textos ocultos contribuem para a configuração do texto. O primeiro é aquele discurso mais difuso que divide e sobrepõe, valorativa e idealmente, o popular ao massivo, o tradicional ao moderno, o horizontal ou vertical. “Nosso carnaval é tradicional, a galera no chão, vibrante, como acreditamos que tem que ser.” É ele que fornece o quadro de percepção, seleção e valoração mais geral para entrelaçar memórias, cursos de acontecimentos históricos e estabelecimento da sua tese. O outro discurso pressuposto na produção, embora mais exigido no processo sociocognitivo da leitura, pela sutileza das pistas deixadas (alguém desavisado poderia perguntar, o que é essa coisa de paredão?) é o da má fama dos paredões, surgida justamente das tensões nos bairros de periferia, que, articulada ao primeiro pressuposto, confirma, de forma circular, o quadro geral de interpretação fundado na suposta virtude do equilíbrio coletivista do carnaval de rua tradicional.

A ferramenta da modalidade permite, mais uma vez, perceber aproximações e distanciamentos relacionais no texto. Quando se trata do som automotivo, objeto usado para traçar divisores de águas nas dinâmicas da diversão popular, e quanto ao paredão, sobretudo, os marcadores linguísticos apontam oposições, rejeições categóricas de um modelo de diversão popular justamente nas periferias! O paredão, que representa como “essa coisa” rejeitada, indigna de conhecimento e personalização, anátema cultural e social que nem mesmo os mecanismos pacificadores da periferia seriam capazes de integrar, contraditoriamente a situações relatadas no texto.

Penso que existe aí, primeiro, a desqualificação dos paredões como cultura popular, aquela que surge das festividades católicas, das populações camponesas e que representam a

verdadeira expressão do povo e de sua capacidade de criar conciliação. A cultura urbana periférica é negativizada por um discurso concorrente que promove a cultura popular agora vinculada à periferia (RODRIGUES, 2017). Em segundo lugar, é perceptível a valorização da comunidade, a tentativa de resgate da comunidade, ou a defesa da comunidade contra a modernização dos festejos que se associa à diferenciação e mudanças nas relações socioespaciais. No carnaval de rua é “a galera no chão”, supostamente sem hierarquias, enquanto no paredão há comércio, disputa, pessoas que buscam por destacar-se nas plataformas dos equipamentos. A negação dos paredões nas periferias, neste caso, é uma questão de legitimação de um modelo que rivaliza com os paredões, não de fato.

As armaduras morais com as quais os *amantes* de som automotivo procuravam se proteger eram elas mesmas constitutivas das articulações discursivas que moldavam de forma outrocentrada sua imagem social como mal-educados, atrasados, infratores, “orquestradores de práticas ilícitas”, impondo-lhes, muitas vezes, o lugar social que costuma se destinar aos criminosos: o do linchamento verbal, da inferiorização moral e do silêncio. À medida que os paredões de som se tornavam modelo de sociabilidades e diversão jovem em todo o estado, provocando intensos conflitos em áreas residenciais, comerciais e turísticas da capital e do interior, sobretudo (ou quanto mais) nas periferias urbanas, uma rede de produção, circulação e consumo de discursos que envolveu reclamantes, empresários, jornalistas, policiais, procuradores e políticos em interdependências com funções diversas articulou-se. Ela mobilizou seus poderes reais e prerrogativas institucionais para lapidar uma imagem social de sujeitos com baixo valor humano com o qual todo *amante* de som automotivo parece ter que lidar, bem ou mal. O som automotivo se tornou, assim, objeto de anátema cultural, social e civilizatório no estado, tendo como ideal algo avesso às sociabilidades periféricas.

Não parecem ser mero acaso as constantes ocultações da realidade do som automotivo, sobretudo de sua legitimidade popular; o fechamento de espaços possíveis de fala para seus *amantes* em veículos de comunicação; as projeções de produtores simbólicos, realizadas a partir de diferentes posições de poder, baseadas em medos da desordem, da violência e do atraso cultural; e as pressuposições preconceituosas e vulgares, muitas vezes abraçadas por estes, a respeito da natureza criminosa de suas personalidades. Isso exprime o transbordamento dos conflitos urbanos para os ideais do nós, a autoimagem que espelha a estima grupal e individual

constituída no campo das relações de apropriação diferencial de recursos de poder (ELIAS, 2002), de diferentes atores em posições privilegiadas que cultivaram aversões explícitas às sociabilidades da periferia, algo que ocorreu com o Funk, mostrado em vários estudos (SILVA, 2014; TROTTA 2014; 2016; 2018).

O crescimento dos circuitos de som automotivo em periferias urbanas de Alagoas revelou tensões causadas pelas fricções entre a ascensão de um estilo de vida no comando de sociabilidades diversionais periféricas e seu choque com normas, valores e padrões ideais de civilidade de setores estabelecidos.

As posições de sujeito inferiorizadas estabelecidas na rede discursiva e o quase completo desinteresse sobre o universo de *amantes* que convulsionou as cidades alagoanas revelam, no mínimo, o desacordo a padrões desejáveis de expressão cultural. Pensando nisso, procurarei aprofundar um pouco mais essa questão na próxima seção a partir do papel que o ideal de paraíso natural construído pela exploração turística de São Miguel dos Milagres, entrelaçada a outros ideais do nós manifestados por moradores e visitantes, desempenhou, em maior ou menor grau, no fornecimento de justificativas para a mobilização de aparelhos midiáticos e jurídico-policiais contra os paredões.

## 5.5 PARAÍSO PERDIDO: SÃO MIGUEL DOS MILAGRES

Em maio de 2019, uma megaoperação do Ministério Público Estadual divulgada em coletiva de imprensa foi criada para coibir o crime de poluição sonora e a contravenção de perturbação do sossego em toda Alagoas (GAZETA, 2019; TNH1, 2019; VIAALAGOAS, 2019). Era o projeto “Ministério Público conectado a você: perturbação do sossego alheio é escolha sua”, desenvolvido pelo Apoio Operacional às Promotorias de Justiça (Caop), com prazo de duração previsto para 8 meses, segundo seu escopo divulgado no site do MP (MINISTÉRIO PÚBLICO, 2019). Essa iniciativa, que contou também com o apoio da Procuradoria Geral de Justiça, tinha o objetivo, segundo Alfredo Gaspar de Mendonça, seu chefe à época, de “conscientizar a população sobre a necessidade de se respeitar o volume do som, de modo que, quem quiser se divertir, possa fazê-lo (...) enquanto aqueles que buscam descanso possam ficar em paz dentro de suas casas. Tudo é uma questão de bom senso” (TNH1,

2019). O projeto deveria articular ainda, junto com o Caop e a Procuradoria de Justiça, também os Núcleos do Meio Ambiente, de Combate à Criminalidade e de Perícias.

Unir tantos órgãos públicos em torno desse projeto mostra que a poluição sonora e a perturbação do sossego são duas infrações que, de fato, incomodam a muita gente, uma vez que elas desrespeitam a paz daqueles que precisam de tranquilidade para descansar em seus lares. Tenho certeza que vamos obter êxito nas ações de fiscalização (Subprocurador-geral administrativo-institucional do Ministério Público, Márcio Roberto Tenório de Albuquerque).

Com o engajamento dos procuradores naturais de cada município, o projeto deveria, em um primeiro momento, fiscalizar e, logo depois, tratar das penalizações, sem o qual se acharia incompleto, segundo o promotor encarregado do comando do projeto, José Antônio Malta Marques. O Ministério Público buscava com isso atender à demanda de denúncias relativas à perturbação do sossego que, para a Polícia Militar, respondiam por 60% das ligações ao 190 todos os anos (MINISTÉRIO PÚBLICO, 2019; GAZETA, 2019; TNH1, 2019; VIAALAGOAS, 2019). Entre 2017 e 2019, foram 81 mil chamadas. Na capital, 73% das ocorrências aconteciam em dias de sexta, sábado e domingo, das 20h às 04h, principalmente nos bairros do Trapiche da Barra, Vergel do Lago, Jacintinho, Clima Bom, Cidade Universitária, Tabuleiro do Martins e Benedito Bentes, todas localizados na periferia. No interior, figuravam as cidades de Rio Largo, Marechal Deodoro, Pilar, Barra de Santo Antônio e Barra de São Miguel. A operação começaria pela capital, logo depois passaria pelas chamadas “cidades balneárias”, seguindo, finalmente, para o restante das cidades alagoanas.

Rastreando o percurso das operações<sup>37</sup> pela mídia jornalística eletrônica no Google e pelo site do Ministério Público<sup>38</sup>, sob a chave Ministério Público conectado a você: perturbação do sossego alheio é escolha sua, com e sem aspas, foram primeiramente noticiadas as investidas

---

<sup>37</sup> Rastreei especificamente as operações, deixando de lado duas reportagens divulgado pelo MP de apreensões individuais de paredões que foram motivadas por chamada telefônica. Embora as apreensões possam ter sido favorecidas pela campanha, não resultado de um esforço coletivo, político-institucional que, a meu ver, tornaria explícito escolhas operacionais, potencialmente políticas do MP.

<sup>38</sup> Na verdade, o site do ministério público era a principal fonte das matérias, umas, mais que outras, construídas a partir da reformatação das releases das assessorias do MP.

dos órgãos proponentes e parceiros na capital. Logo depois, no festival da Juventude, em Santana de Ipanema, no Sertão alagoano, motivado pelo pedido da prefeitura para firmar um TAC – Termos de Ajuste de Conduta, para a realização do evento sob as recomendações do Ministério Público (ALAGOAS NA NET, 2019). Meses depois, quando as operações retornaram de uma pausa para redirecionar os esforços para outros projetos, enquanto estavam “paralelamente, recebendo as denúncias para montar a nova operação”, o destaque de parte da mídia iria para a cobertura daquelas chamadas cidades balneárias do litoral norte alagoano, reportado em três jornais diferentes. Essa seria a fase da operação mais espetacularizada, depois da coletiva de imprensa em que foi divulgada, e também a mais noticiada, muito embora as cidades estivessem bem longe da maioria reportadas como mais representativas das ligações do 190.

Dentre elas, apenas Barra de Santo Antônio estava no radar. Sobre isso, certa vez, em 2017, um jornalista que denunciou o descaso das autoridades com as praias do litoral sul bem chamou a atenção para a superconcentração dos órgãos fiscalizadores da atividade de veículos nas praias do norte que cobrem a área que vai de Maragogi, quase na fronteira com Pernambuco, à Paripueira, próximo à Maceió (GAZETAWEB, 2017). Depois desta última fase da operação, aconteceria mais uma pelo menos, em Santana do Ipanema, novamente.

As cidades do litoral norte sujeitas à operação foram São Luís do Quitunde, Passo de Camaragibe, São Miguel dos Milagres e Porto de Pedras, essas duas últimas, sobretudo a penúltima, super-representadas no cenário turístico regional e nacional. Durante a megaoperação, ao todo 56 veículos foram abordados, 141 pessoas foram revistadas e seis paredões de som foram apreendidos.

Estamos bastante satisfeitos pois a operação foi um sucesso. Fizemos várias apreensões e deixamos de fazer outras tantas pois, em que pese a potência dos aparelhos encontrados, estavam ligados em patamares dentro dos padrões permitidos o que demonstra que a população vem se educando quanto a isso e nosso trabalho surtindo efeito (Ary Lages, Promotor de Justiça apud ALAGOAS 24H, 2019).

Esse trabalho de “educação” através das operações constantes sugerido por Lages, digase, a mobilização de aparelhos institucionais de fiscalização e apreensão de equipamentos, era apenas parte de um processo mais complexo de orquestração de forças econômicas, jurídico-policiais e políticas organizadas contra certas figurações diversionais, entre a dos quais os paredões. O objetivo era a materialização de espaços projetados para recriarem a imagem de paraísos naturais a serem desfrutados por turistas de todo o país.

Numa reportagem especial da TV Gazeta sobre Milagres exibida em 16 de julho de 2015 no Bom Dia Alagoas (G1, 2015), suas praias foram apresentadas por Liara Nogueira e Gilvan Nunes como algumas das mais disputadas do estado. A reportagem, coberta de planos gerais sob uma direção artística que enfatizavam as qualidades naturais e rústicas do local, de uma suposta natureza virgem, chamava a atenção para a existência de um paraíso.

Se você acha que o paraíso não existe, se enganou; ele tem endereço e está aqui em Alagoas. O sol brilhante parece apontar a direção, o vasto coqueiral recepciona os visitantes e a placa a seis quilômetros de distância de Maceió indica a chegada a um dos principais destinos do litoral norte.

A natureza “extremamente” preservada descrita pelo repórter Warner Filho ganha argumentos por meio da imagem de um drone que capturou a vasta faixa de mar, areia e coqueirais com apenas três banhistas à vista, perdidos na imensidão da orla. “O visual da enseada é extraordinário”; “a areia é clara, fina e plena, perfeita para bater uma bolinha com os amigos”; “O mar é jóia”. As imagens capturavam, enquanto isso, turistas se banhando, crianças brincando, jovens visitantes jogando bola, famílias passeando em barcos nas trilhas turísticas. Cada adjetivação surgia como mais e mais argumentos para visitar a praia. Um deles era a segurança. Uma moto da guarda municipal foi enquadrada em movimento com turistas embarcando em um barco para mais um passeio. “Para garantir a tranquilidade dos banhistas, guardas municipais fazem rondas com frequência”.

Logo uma visitante vinda de Maceió e seu parceiro são parados na areia: enquanto o jovem elogia a riqueza natural, “piscinas naturais, bancos de corais incríveis”, a jovem enfatiza a tranquilidade: “aqui é aquele local que você bem para aproveitar a calmaria, né? Diferente das praias que a gente conhece próximo à Maceió”. A praia do Riacho, parte do equipamento

natural de Milagres, Warner descreve como “deserta e intocada, perfeito para quem quer relaxar, caminhar, pensar na vida, ou simplesmente aproveitar a boa companhia e aproveitar aquela selfie, para garantir que o momento seja mesmo inesquecível”, enquanto focava em um casal jovem de Campinas tirando fotos na paisagem. A jovem, branca, cabelos castanhos claros e lisos, de biquíni, boné e óculos escuro, ao lado de seu parceiro bronzeado, de cabelos espetados, corpo musculoso e óculos escuros disse: “tô no paraíso!”.

Na Praia do Toque, mais uma vez, não é a paisagem diversional de cidade do interior descrita por Washington que se evidencia, mas as pousadas de luxo a beira mar “escondidas no imenso cinturão verde”, descreve Warner, construídas no território de uma fazenda de coco para aumentar a renda de Gilson, o proprietário. “Aqui é pra ter mais uma renda. Um lugar desse, paradisíaco, você tem que agregar alguma coisa mais a propriedade, além de ter a função social – você faz mais empregos aparecerem na região”. A pousada de Gilson, de “alto padrão”, disse o repórter, dividia-se em casas individuais que podiam chegar a 110 metros quadrados com piscina e vista para o mar, tudo com “muita privacidade”, para os turistas que, em sua maioria, vinham do Sudeste e do Centro-oeste, completou.

Por fim, a última parada do repórter e sua equipe foi em Porto da Rua, “a mais frequentada de São Miguel dos Milagres”. Pela primeira vez na reportagem, é possível ver banhistas locais na praia, crianças negras da comunidade de pescadores. No vai e vem da câmera para capturar um casal de turistas sendo servidos pelo garçom do restaurante, é possível vê-los de relance. Há uma preocupação explícita da edição em esconder a vida cotidiana da cidade, para iluminar paisagens, pessoas e estabelecimentos “enobrecidos” pela exploração turística. É assim que vestígios do cotidiano de Milagres aparecem, como função do projeto propagandístico de materialização de um paraíso virgem. Só é permitido tocá-lo aqueles que possuem a aura da ingenuidade e da autenticidade, como a comunidade de pescadores em que se serve os pratos típicos da região, naquela espécie de reapropriação do popular pelas elites econômicas e culturais que Canclini coloca em questão para a redefinição das funções da cultura popular (1989; 1983). “Depois das belezas naturais, a culinária é o que atrai mais visitantes. E na comunidade de pescadores, os pratos são de fruto do mar e iguarias da terra, como este camarão com macaxeira frita [enquanto o casal de turistas se serve]. É comida de dar água na

boca”. E assim termina a pequena reportagem: “se você está de férias, compre a passagem e faça as malas: São Miguel dos Milagres tem tudo isso e muito mais!”.

São Miguel dos Milagres logo iria ser representada, alguns meses depois, no combate aos paredões de som. Em matéria de 22 de outubro de 2015, **“PM adota tolerância zero para paredões de som”**, noticiou-se o enrijecimento da repressão aos paredões de som na cidade após a doação de um decibelímetro ao 6º Batalhão da Polícia Militar (6º BPM) pela Associação Milagrense de Turismo Sustentável (Amitus) para que, decisivamente, a polícia pudesse atestar o abuso e recolher os equipamentos. Os donos de paredões foram tipificados como “desordeiros”, “desrespeitadores da lei”, “criadores do caos”, “perturbadores do sossego” e “infratores”, já capturados por classificações jurídico-policialescas.

Os famosos paredões tiram a paciência de qualquer pessoa que esteja em sua casa. Por outro lado, os turistas vêm para cá para descansar, e não para ouvir barulho. Durante os feriados e no carnaval, a cidade vira um caos. Antes, não havia como aferir se a pessoa estava infringindo a lei. Agora, a polícia pode de fato comprovar, através do decibelímetro, o abuso na utilização de equipamentos de som, argumentou o diretor da Amitus, Talles Gonçalves.

Apoiando-se sobre parte da população que se sentia lesada – moradores e turistas –, o Diretor da Amitus logo colocou em cena a justificativa econômica que daria viabilidade aos negócios turísticos da cidade para pressionar a fiscalização sobre os aparelhos. Nesse ponto, a fala de Talles evidenciava a tensão socioespacial existente entre o interesse de empresários, que já transbordavam à época os investimentos locais, articulados à prefeitura e setores da população e festas que orbitavam sons automotivos e paredões.

Há três anos, em 2018, ouvi muito descompromissadamente de um proprietário de casa de veraneio em Milagres que não suportava as festas de som automotivo nas praias da cidade. Seu refúgio no paraíso milagrense ia à míngua quando um vizinho ligava o som automotivo muito alto em sua casa para curtir os feriados com música e bebida. Uma vez, tivera o desprazer de pedir para baixar o som, causando certo constrangimento, que julgava desnecessário. Essa tensa rede de interdependências socioespaciais nas casas de veraneio ganhava outras cores em áreas populares da cidade, o que foi possível perceber através das experiências de Maria das Graças e Washington Luís, visitantes frequentes da cidade.

Maria, Professora universitária, nasceu em Maceió, mas logo depois fora para São Miguel dos Milagres, mais especificamente Porto da Rua, um bairro “pequeninho” com aproximadamente dez mil habitantes. Aos 18 anos, foi morar na capital para trabalhar e estudar para entrar na Universidade Federal de Alagoas, onde ingressou aos 24. Mas nunca perdeu a forte ligação com a cidade. Desde então, vivia constantemente entre Maceió e Milagres. “Minha família toda é de lá”. Além dela, apenas duas tias não moram na cidade. Contou isso para demonstrar seu pertencimento mais que causal.

Maria teve várias experiências ruins com os paredões de som. De mais ou menos 15 anos pra cá, contou, eles começaram a incomodar quando

Porto da Rua, São Miguel dos Milagres de um modo geral começou a ser mais conhecida do povo... não quero dizer que o povo de lá não faça barulho, até faz, mas os paredões eles foram chegando de fora. Então aí começaram a incomodar mesmo. Os paredões, hoje, quando é tempo de festa, mesmo sendo época de festa, os carnavais, por exemplo, os promotores já deixam tudo definido, até que hora vai determinado barulho, inclusive os blocos de rua.

Nesse tempo, sobretudo até 2019, antes da pandemia do Covid19, era muito comum sua presença no bairro. Mas não se importava tanto no início, disse. Só quando um paredão ou outro parava na porta da casa de seus avós e de outros idosos da vizinhança. Foi assim, a partir de episódios pontuais, que foi percebendo o quanto os aparelhos incomodavam. “E foi piorando, né? Vieram as festas grandes, os réveillons, os carnavais foram incentivados, a galera de fora foi chegando. Na medida que iam incomodando, a gente ia acionando mesmo a polícia. Você sabe, a galera que é de fora quer fazer baderna no lugar dos outros”. Maria tinha amigos proprietários de pousada cujo negócio era prejudicado pelo fato de os turistas irem a Porto da Rua em busca de descanso, muito embora o alcance dos paredões fosse limitado aos espaços mais populosos, já que a maioria das pousadas se encontravam embrenhadas na mata, na beira da praia. Em relação à casa de sua mãe e a dos seus avós, mesmo no carnaval, os paredões costumavam passar apenas nos blocos, o que não era um problema. Mas houve ocasiões em que, junto com sua família, se sentiu perturbada pelos aparelhos.

Era 2018, carnaval em São Miguel dos Milagres. Maria e sua família estavam reunidos na porta da casa da sua mãe, na rua principal do pequeno bairro. Brincando com seus primos e

outros familiares na extensa calçada da residência, logo perceberam quando um carro parou bem próximo a eles com o som automotivo tocando muito alto, cheio de jovens “de fora” embriagados, “mas não tão embriagados”, disse. Quis dizer com isso que, apesar de bêbados, sabiam o que estavam fazendo. Após isso, os jovens desceram do carro e deixaram o “Teo – Trio Elétrico de Otário” ligado, como chamou, sem nenhum deles presentes.

E saíram do carro. Deixaram o carro lá e o barulho ficou. Eu disse: oxe, que sacanagem pô! Fazer um negócio desses na porta da pessoa! (...) Foi quando meu primo teve a ideia de pegar o controle na casa da minha vó e mexer no carro dele através do controle, e baixou o som. Na verdade, a gente não chegou a chamar a polícia porque a gente conseguiu baixar o som. E quando ele chegou, olhou para os quatro cantos e a gente lá encarando ele. Ele pegou o carro e foi embora.

A oposição forasteiros-locais era central no discurso de Maria para estabelecer distinções entre aqueles que incomodavam e aqueles que não incomodam, entre baderneiros e aqueles locais que incomodavam menos, dignos de não serem citados. A perturbação virara um problema com o aumento da exploração turística da cidade. Isso, por sua vez, motivara o aumento dos visitantes nas festas e o crescimento desse tipo de conflito. Pressupondo, nesse ponto, uma cidade mais harmoniosa no passado, onde possuía fortes raízes, indicava mudanças significativas advindas da colocação da cidade no eixo turístico a partir de modalizações nós e eles, locais e de fora, ordeiros – por falta de um adjetivo mais explícito – e baderneiros. Embora o crescimento das festas de paredões, entrelaçados ao crescimento da cidade como destino turístico, deva, realmente, ter causado uma explosão de visitantes em busca de diversão, não se pode deixar de notar a defesa de identidades puras, “nós e eles”, para enfatizar características vistas como boas ou ruins ancoradas no enraizamento à cidade e a partir da participação nas redes de tensões em que grupos estabelecidos pareciam perder para turistas e forasteiros parte do controle sobre a vida comunitária que um dia possa ter existido (ELIAS, 2002).

Washington era um empreendedor de moda autoral de Maceió que conheci por intermédio da minha esposa. Ela me lembrou, certo dia, que Washington ia frequentemente para Milagres, e em algumas conversas pareceu não ser muito simpático aos paredões de som. Quando o contatei, demonstrou nutrir certo desprazer em dividir espaços comuns próximos de

onde ficava quando ia a Milagres, com o vai e vem de sons automotivos e festas de jovens no bairro. Sua família possuía há mais de 10 anos uma casa para aluguel no povoado do Toque e, na época de nossa interlocução, em fevereiro de 2021, estavam expandindo os negócios por meio da construção de chalés para hospedar turistas atraídos para a região. Apesar disso, na maioria das vezes, ia à cidade para o lazer mesmo. Assim como Maria, sua casa ficava na rua principal do povoado, e Washington se incomodava com o fluxo de carros que passavam com o som alto no porta-malas.

Sempre teve um probleminha, pelo menos pra mim, né... não chega a ser paredão, mas é um paredão móvel (rs) [Sons de Mala], que são carros que passam constantemente (...) sempre aparece carro com o som muito alto.

Washington também se incomodava com festas constantes entre jovens locais que aconteciam na praça ao lado da casa da sua família. “Todo santo dia”, nas vezes em que foi a Milagres, das 18h às dez, onze, meia noite, uma “aglomeração” se formava na praça fazendo barulho com som, motos e bicicletas. Houve momentos em que carros com sons automotivos subiam o batente da praça para tocar, mas Washington disse que, na maioria das vezes, era caixas pequenas ou médias, “daqueles com a alça para carregar”. Para Washington, até onde sabia, em Milagres não acontecia o mesmo que em praias como o Pontal do Peba, no extremo litoral sul alagoano, em que era comum os paredões tomarem as praias (GAZETAWEB, 2017). O que achava pior, no mínimo curioso nas festas da praça era que atraíam muitas pessoas para a sua calçada, o que tratava ao mesmo tempo com desconforto e espanto; pareceu achar incompreensível essas formas de sociabilidade, embora a divisão entre espaços públicos e privados fossem muito menos nítidos nos bairros populares dos interiores.

Washington, assim como Maria, possuía família em Milagres, mas, diferente desta, não demonstrou, na curta interlocução que tivemos, ter raízes fortes no lugar. Sequer havia nascido lá. Na verdade, no caso dele, foram os próprios moradores o motivo do incômodo, com quem mantinham uma relação distanciada. Mais orientado para a vida na capital, onde geria sua marca de moda autoral, Washington tornou explícitas certas modalizações que apontaram para um distanciamento espiritual em relação àqueles jovens do interior. Quando chamou a atenção para o hábito de ficarem na porta da sua casa festejando, precisou utilizar de polidez negativa,

expressões eufemísticas com o objetivo de reduzir o poder de estigmas, para representar o que pensava sobre aquilo. “O ruim também é outras coisas... o pessoal fica na porta da casa assim, sabe (...) Bem curioso, mas até que não tão enchendo tanto como antes”. Enfim, as festas e a forma de apropriação dos espaços da praça, da rua e da calçada estavam longe do tipo de sociabilidade que considerava ideal para suas estadias em Milagres.

Essas situações que Washington e Maria experimentaram eram muito semelhantes às que presenciei em São Miguel dos Campos. Festas com som automotivo ou aparelhos que emulavam os paredões de som atraíam vizinhos inclinados a viver sua experiência, enquanto outros, perturbados pelo barulho, incomodados com a movimentação nas calçadas, sofriam nas suas casas, em alguma medida, o dilema de suportar o barulho – como era o caso de Washington –, convencer, polidamente, o vizinho a baixar o som, ou chamar a polícia – como fazia Maria. Mas diferente de São Miguel dos Campos, quando os discursos estigmatizadores assumiram, majoritariamente, a defesa dos idosos e enfermos, do trabalhador em busca de descanso, em Milagres essas pequenas tensões cotidianas que procurei descrever, as quais aumentavam nos períodos de festas, descrita como um “caos” por Talles, ganharam outro nível de elaboração e síntese discursiva na luta pela concretização de projetos empresariais articulados à Prefeitura e a setores das comunidades locais que giravam em torno da percepção da cidade como lugar de experiência turística e de descanso.

Como cidade praiana, Milagres representava um negativo do que se configurou na praia da Sereia. Se neste pequeno bairro da capital os empreendimentos turísticos eram parques, Milagres desenvolveu-se nos últimos 20 anos como uma cidade do litoral norte de Alagoas voltada fortemente para o turismo. Rica em belezas naturais, como a vídeo-reportagem da Gazeta mostrou, fez crescer na última década, sobretudo, equipamentos culturais como rede hoteleira, hospedando atores globais e outras personalidades artísticas, rotas de passeios, festas de réveillon e um mercado imobiliário muito cobiçado. A pequena cidade foi uma das poucas do litoral alagoano a reestruturar com relativo sucesso sua economia antes voltada para a cultura do coco e para a exploração de negócios turísticos.

Muitas cidades do estado, como a capital, Maceió, Arapiraca e São Miguel dos Campos, já no fim dos anos 1980, começaram a ter suas paisagens urbanas transformadas por projetos políticos mais ou menos explícitos para se tornar espaços de consumo material e simbólico,

procurando equacionar o novo modelo de desenvolvimento econômico e social trazido pela agenda neoliberal e as necessidades locais das prefeituras para gerir as consequências da periferização urbana, do declínio do setor industrial, do desemprego estrutural e da crescente mão de obra informal de serviços. Com respeito a isso, remontei em minha dissertação um projeto político-econômico e cultural empregado em São Miguel dos Campos desde o fim da década de 1980 que, visando inserir a cidade num circuito de festas regionais que ganhava popularidade, como o São João de Caruaru, atraiu para o São João de São Miguel, durante os anos 1990 e 2000, um público ansioso para assistir a shows musicais de artistas nacionalmente conhecidos, prestigiar atrações culturais, degustar a culinária regional e se servir da própria cidade como atração turística. Francisco Hélio, prefeito lendário de São Miguel, objetivava, como principal saída para a economia do município – que, radicalmente, urbanizava-se pela migração massiva de trabalhadores expulsos dos latifúndios –, tornar a cidade um polo turístico, dando a cada bairro e lugar uma função simbólica na sua transformação em parque de lazer e diversão. Nesse período, praticamente todas as cidades Alagoanas buscaram reproduzir, em alguma medida, sucessos como o São João de Caruaru, o São João de Campina Grande, o Carnaval de Caicó. Micaretas, festas regionais, de padroeiras: a maioria delas procuravam se inserir entre os destinos turísticos do estado e, por que não, do Nordeste, como ambicionava o próprio Francisco Hélio.

São Miguel, que seguia a curva da redução vertiginosa do parque industrial nacional, minando sua indústria têxtil e colocando em duradoura crise o setor sucroalcooleiro, foi objeto de uma reorientação política, econômica e cultural operada no país que deu origem a novas formas de coordenação social para acumulação, produção de renda e gestão da pobreza capitaneado pelo setor de serviços e entretenimento (o que Farias (2005; 2010) identificou como o desenvolvimento de longo prazo de uma sociedade urbano-industrial e de serviços). Essa política deveria, na prática, dar conta de canalizar e gerir os efeitos da desestruturação do mercado de trabalho, ocorrida com as constantes reestruturações corporativas, mecanizações e reestruturações produtivas; do aumento da informalidade do emprego; de processos de periferização urbana; da violência urbana, com a administração de populações estigmatizadas e vulneráveis; e da precarização da classe média “educada” e da decomposição do seu salário. Nos planos regional e local, com um impacto intensivo para as cidades médias e pequenas dos interiores gerado pela velocidade do processo de urbanização, esse novo modelo de

coordenação social se prendeu às vantagens turísticas naturais e culturais para desenvolver e explorar economias que negociam o valor simbólico da singularidade cultural.

Muitas dessas cidades, como São Miguel, porém, fracassaram em tornar esse projeto duradouro. O São João de São Miguel, que deveria atar, idealizadamente, os bairros da cidade a uma atmosfera simbólica festiva, inexistente hoje em dia numa cidade fracionada pelo estranhamento e violência em suas periferias. Entretanto, muitas outras cidades renasceram organizando-se para os réveillons, como a própria capital, festivais literários, como Marechal Deodoro, e aqueles que ressaltam as belezas naturais, a exemplo de Milagres, atraindo milhares de turistas para Alagoas, numa clara continuidade com os primeiros projetos de ordenação social dos espaços urbanos em torno de empreendimentos de serviços de diversão.

O sucesso de Milagres e outras cidade praianas do litoral norte apelidadas de “Caribe brasileiro”, como Maragogi, Japaratinga e Porto de Pedras, em se inserir na rota turística nacional e internacional concorreu certamente para o reforço de ações organizadas para o combate aos paredões expresso na mobilização do setor turístico na cidade e na influência sobre os aparatos jurídico-policiais das operações do Ministério Público. De outro modo, setores da mídia jornalística alagoana que tomaram parte na construção de discursos estigmatizadores contribuíram também para a sensibilização moral de suas audiências para a existência de um paraíso turístico intocado pelas mazelas da civilização.

Nesse contexto, o alto investimento de capital e a promessa de um lugar paradisíaco vendida pela rede hoteleira da região, pela Prefeitura e pela mídia jornalística digital e televisiva constituía um dos fatores ausentes na Sereia, cujas principais formas de exploração de serviços estavam concentradas nos bares populares e nas pequenas lojas que os rodeavam. Contrariamente a essa, as ações pretensamente civilizadoras das operações do Ministério Público em busca de “educação”, “bom senso”, “fiscalização”, “punição” sobre sociabilidades diversionais periféricas estavam também articuladas a pressões econômicas e políticas pela fabricação de espaços turísticos paradisíacos que as festas de som automotivo ameaçavam.

A processo de lapidação da imagem pública dos *amantes* de som automotivo, no caso específico de São Miguel dos Milagres, resultou do entrelaçamento de reivindicações de direitos de moradores, do transbordamento dessas reivindicações para os ideais do nós de reclamantes e críticos e de sua captura e reinterpretação por setores detentores de mais recursos

de poder, como a Amicus, policiais, empresários e Ministério Público. Estava em jogo, no círculo de poder exercido pelas instituições, garantir o controle da ordem socioespacial que respondia a transformações, em muitos níveis, da política econômica e cultural do município, ajudando a forjar imagens de baixo valor humano entre proprietários de sons e frequentadores de encontros e festas.

Na parte que segue, é minha intenção mostrar lutas simbólicas que se deram em torno da reconstrução da imagem dos *amantes* de som por frações do empresariado urbano de serviços. Trata-se, em uma mão, de descrever o uso de uma idealização do nós centrada nesse grupo como um ativo moral face aos estigmas lançados sobre o som automotivo. Em outra, de apresentar esse mesmo ideal como imagem de superioridade social de uma fração seleta dos *amantes* de sons sobre outras. Essa discussão fornece subsídios para tecer uma sociogênese do som automotivo e das lutas simbólicas que encerra.

## 6 PAIXÃO, CLASSE E MASCULINIDADE NAS LUTAS DE AMANTES DE SOM AUTOMOTIVO POR SUPERIORIDADE SOCIAL

### 6.1 GRUPOS DE FACEBOOK: DA INTEGRAÇÃO SIMBÓLICA À MANIFESTAÇÃO POLÍTICA

Entre fins de 2018 e início de 2019, meses antes de conhecer Junior Brasit e sua jornada pela causa do som automotivo, enquanto procurava me aprofundar nas redes sociais, fóruns e páginas de tutoriais, notei em grupos da rede social Facebook formas mais ou menos organizadas de manifestação política de *amantes* de som automotivo contra as ações constantes de regulação, controle e repressão organizados por parte da mídia jornalística eletrônica, políticos e autoridades jurídico-policiais. Uma delas, especialmente, ajudara a chamar minha atenção para esta dimensão pelo modo cômico, satírico, “fuleiro” com que tratava a questão, ainda muito incipiente no horizonte da pesquisa.

Figura 38 - Imagem reproduzida da capa do grupo Som Automotivo do Facebook



Imagem: Facebook

A imagem, uma fotografia anônima, apresentava um animal de carga, um burro, carregando um aparelho de som em cima de uma carroça em uma rua aparentemente residencial com o seguinte texto: “Multa aí Agora Seus Fi de rapariga.”. Capturada por trás da carroça em um ângulo que se vê, em perspectiva, também a lateral direita da carga e do animal, dava-se destaque ao “som de mala” em cima da carroça. O som possuía uma caixa base de cor preta que se dividia em dois nichos em que, por sua vez, acoplavam dois grandes alto-falantes pretos com detalhes cinza em cada um. Todo o equipamento, incluindo fontes de alimentação, estava em cima da carroça bastante rústica feita de quatro tábuas desniveladas umas em relação às outras com uma barra também de madeira em cada extremidade lateral, estabilizado artesanalmente por cordas em volta da base de madeira e da caixa maior em que se tinha embutidos os alto-falantes grandes. O texto "Multa aí Agora Seus Fi de rapariga" foi reservado à parte inferior da imagem, num espaço que ocupava uma roda da carroça, parte da rua e da calçada, em fonte de cor branca semelhante à Arial. Embora não seja muito estilizada, em caixa alta e grande, ganhava destaque por se posicionar em uma área de pouca informação visual relevante, finalizando a comunicação. Dava-lhe peso.

Em primeiro lugar, a imagem expressava, de forma politicamente irreverente, satírica e enraivada, a revolta partilhada pelos *amantes* em relação à repressão de seu uso nos espaços urbanos. A peça fora publicada em 2017, quando os aficionados sentiam enrijecerem as proibições, que passaram a ser cumpridas com mais rigor, e passaram a ter a possibilidade de apreensão dos seus equipamentos aumentadas pelas operações de fiscalização. Nesse cenário, o desafio às autoridades para multarem um som automotivo em uma carroça as provocava porque ultrapassava seus limites legais, já que a carroça não possui registro de automóvel ou qualquer outro. A mensagem, se admitida essa interpretação, poderia ser entendida da seguinte maneira: não desistiremos de fazer o que amamos, encontraremos um jeito de fazê-lo. Era uma expressão da *paixão* de que todos falavam que desafiava às autoridades.

A imagem de capa se apresentava como um processo aguçado de reflexividade de *amantes* de som, talvez de autoria coletiva, a respeito de si enquanto grupo e das condições que ameaçam seu estilo de vida. Ela evidenciava, pela primeira vez para mim, através da interdiscursividade com leis, ações do Ministério Público e da Polícia, as fricções internas entre uma autoimagem positiva que tentavam sustentar sobre si – *apaixonados*, irreverentes,

obstinados – e aquela lapidada depreciativamente por setores sociais através de veículos de comunicação, como os da mídia jornalística eletrônica.

No decorrer desta parte 6, tratarei de esforços de alguns aficionados que ocupavam papéis distintos nas cadeias de produção e consumo de equipamentos e serviços – empresários e instaladores – para sua positivação moral através da construção de interfaces discursivas com a sociedade mais abrangente, o que Jeffrey Alexander (1998) chamaria de uma tradução de demandas seccionais para a linguagem da sociedade civil. Devo mostrar que esse processo de negociação na esfera política, desenvolvidos entre os polos da *paixão* imaculada de empresários autointitulados *hobistas* e da necessidade de sustento dos instaladores, colocava também em jogo a construção e manutenção de uma imagem de superioridade social, de tipo classista e androcêntrico, daqueles sobre outros *amantes* de som. Foram as imagens de capa dos grupos que começaram a me sensibilizar quanto a isso.

Antes, porém, de lidar com alguns desses meios de manifestação de inconformidade precisarei remontar o mecanismo sociotécnico e simbólico que lhes davam suporte. Quero mostrar nesta seção que os grupos virtuais passaram a exercer a função de integrar moral e simbolicamente os *amantes* de som automotivo espaço-temporalmente distanciados em todo o estado, e que somente entendendo esse papel pude compreender melhor tanto o alcance das imagens quanto a contribuição das redes para esse processo político de reconstrução de sua imagem pública eles-centrada.

Em outubro de 2018, existiam diversas comunidades virtuais de som automotivo de Alagoas no Facebook. Comecei tateando para mapear as páginas existentes através das palavras-chave “paredão de som Alagoas”, “paredão Alagoas”, “paredão de Alagoas”, que não encontraram resultado; “paredões de Alagoas” encontrou um, mas com apenas um membro e sem atividade. “Som automotivo Alagoas” foi a mais eficiente. Com ela, encontrei muitas comunidades identificadas com o mesmo nome “Som Automotivo Alagoas”, querendo abranger todo o estado; outras procuravam abranger cidades como Maceió, Arapiraca, Penedo; outras, ainda, pretendiam alcançar todo o interior do estado. A maioria tinha como objetivo principal manifesto na sessão “sobre” promover compra e venda, “buy and sell” na tipificação de grupo da rede social, de equipamentos de som e acessórios automotivos.

O caso paradigmático desse tipo de grupo mais abundante era a comunidade SAA – Som Automotivo Alagoas. O SAA foi criado em 17 de dezembro de 2012, possuindo, em dezembro de 2018, 25.715 membros, em sua maioria homens, entre eles 4 empresários e uma empresária de pequenos e médios negócios, entre lojas de roupas, calçados e serviços de tecnologia, que estavam habilitados como seus administradores. Era o maior grupo de som automotivo de Alagoas no Facebook. Em sua descrição, destinava-se, entre outras coisas, a “unir os *amantes* de Som Automotivo”. Ainda nesta seção, afirmava, apesar de estar classificado pela plataforma como “buy and sell”, ser reservado “não só para vendas e trocas, mas dúvidas, encontros, eventos, fotos etc...”. O grupo era bem isso que pretendia ser: mais que um espaço virtual de compra e venda, apesar de que a maioria das suas postagens fossem realmente de trocas comerciais entre *amantes* de som.

As seções de vídeos e fotos demonstravam bem isso. Serei exaustivo, talvez um pouco maçante, para transmitir toda a extensão desse universo de trocas neste parágrafo. Os vídeos contemplavam a comercialização de peças entre os membros para a montagem de som, a venda e troca de sons montados entre os membros, exposições de performances sonoras em momentos particulares e festas, propaganda de lojas, propaganda de eventos do universo do som automotivo, propaganda do serviço de DJs, memes humorísticos com o tema do som automotivo, discursos e chamadas para a luta contra a criminalização do som automotivo, explicações sobre regulamentações públicas do uso de som automotivo. Já as fotos se dividiam entre compra, venda e troca de peças de som automotivo avulsas (a maioria deles), a exemplo de crossovers, alto-falantes, drivers, mesas de som, fontes, baterias, geradores, módulos amplificadores de potência, módulos isoladores, equalizadores, sequenciadores de comando remoto, monitores, DVD, CD e pen drive players, controles remotos, processadores de áudio, transmissores de sinal de som, voltímetros, barramentos, inversores para mesa, capacitores, cabeamento especial, lasers holográficos, fitas de led digital, canhões de led, caixotes, máquina de fumaça, estruturas, “carretinhas”, reboques; havia também a compra, venda e troca de sons automotivos e domésticos montados; compra, venda e troca de peças automotivas, como pneus, jantes, amortecedores, faróis, câmbio, multimídias, baterias, engates, sensores de ré; venda e troca de correntes de prata, relógios, carros, motos por peças ou som automotivo montado; serviços de produção de “carretinhas” e reboques, de assistência técnica de som automotivo, de projeção de estruturas para som automotivo e residencial, de venda de peças, projeção e

montagem de som automotivo, de aluguel de som, iluminação e contratação de DJs, de personalização de CD, de montagem de músicas com vinhetas automotivas; divulgação de festas e eventos; venda de serviços clandestinos de tv paga. Enfim, as fotos atravessavam o universo do som automotivo.

Se a compra e venda era certamente o tipo de relação mais numeroso entre os membros, o mais intenso, no entanto, eram o das discussões a respeito dos melhores equipamentos, sua eficiência, rendimento, potência, durabilidade.

#### DEBATE

Na sua opinião qual caixa de grave rende mais?

- 1-Turbobass (conhecida como canhão).
- 2-Caixa Euclides mini bazuca ou reduzida.
- 3-Mainfold ou Ts18.

Vamos debater na moral... sem confusões por favor!

Essa única discussão acalorada, das muitas que acompanhei, chegou a 331 comentários, entre argumentos, fotos, vídeos, desafios, ultrajes e reconciliações entre aficionados de Alagoas e de outros estados.

Rodriguinho<sup>39</sup> – W-Horn

Krigror – BDepende da litragem! Depende dos auto falantes! Tem vários fatores que interfere no desenvolvimento sonoro... mas as melhores que conheço são as W-horn, Euclides e canhão.

Vavá – Canhão

Leart – Boi deitado??? [com referência a ‘BDepende da litragem!’] essa pra mim é nova, rsrs.

(Mais membros demonstravam diferentes adesões a equipamentos)

Dorival – essa discussão é muito relativa, como o Krigror falou, vai depender muiiito do que o usuário vai querer ouvir, do que ele gosta de ouvir e do que ele vai querer que o pessoal ouça...

---

<sup>39</sup> Os nomes dos membros dos fóruns são fictícios.

Krigror – Isso mesmo parceiro!

(...)

Clérison – a T18 dupla tem 1,20 de largura, em uma carroceria de uma pick-up caberia... mas é uma opinião pessoal, por isso é uma discussão relativa, você tem uma opinião formada, Leart tem outra, o Krigror tem outra, e assim vai hehehehe.

Era também assim, em muito por um processo conflitivo Simmeliano de unidade pelo dissenso (1983), que o grupo cumpria, bem ou mal, o desígnio de “unir todos os *amantes* de som automotivo”. Aos interesses particulares das trocas se entrelaçava sentimentos de partilha de um universo que iam desde uma noção mais geral de pertencer à tribo do som automotivo até as afinidades técnico-estéticas. Os membros, daí em diante, digladiaram-se argumentativamente, e não tão argumentativamente assim, em busca da razoabilidade perseguida por meio de conceitos de montagem de domínio comum entre os participantes, a exemplo de litragem, T18, falantes, desenvolvimento sonoro. Nessas discussões, as distinções nativas entre *amantes* e leigos caberiam bem na descrição das barreiras cognitivas e perceptuais decorrentes da incorporação de arbitrários culturais que os campos erigem sobre si (BOURDIEU, 2004).

Luiz Carlos – Dorival, a relatividade aí está nos conceitos, muitos não conseguem distinguir as frequências reproduzidas, e as vezes um grave de ataque 80-100Hz para os “leigos” vão dizer que é subgrave rs.

Disso, podia-se passar ainda para ações de solidariedade, ao mesmo tempo de tipo cristão e Durkheimiano, de ajuda mútua. Na Seção Annoucements do grupo existia apenas um post publicado no dia 12 de novembro de 2018, pela própria SAA sob o título “Rifa solidária módulo, suspensão a rosca e 4 pneus 17 zero”. Desconfio que não era o único pedido do tipo, considerando, primeiramente, o tamanho do grupo, e, depois, por a mensagem ter sido posteriormente apagada. Levo em consideração ainda que nem todos são aceitos pelos moderadores. O texto que o acompanhava era da seguinte forma:

Galera meu nome é Thales, venho por meio dessa mensagem pedir o apoio de vocês, no dia 27/10 sofri um acidente no qual meu carro incendiou e tive perda total, um prejuízo em torno de 36 mil reais, e com o apoio de muitos amigos, estamos fazendo um sorteio no dia 30/12, para tentar levantar verba para a compra de outro carro, pois o mesmo eu usava para trabalhar. O sorteio será na fábrica ROTA, localizada no bairro do ouro preto, dia 30/12 as 13:00 horas. Como premiação teremos no primeiro prêmio: um módulo soundigital 6500 rms, segundo prêmio: 04 pneus aro 17 (zero), terceiro prêmio: uma suspensão a rosca (lacrada). Entre outras premiações que pretendemos fazer através de um bingo no dia do sorteio, conto com o apoio de todos. Valor da rifa: 20,00\$

Em geral, os grupos promoviam a integração de linguagens, conhecimentos, interesses e moralidade dos aficionados através das transações, trocas de informações e avaliações realizadas a partir de diferentes localidades. Na medida em que as trocas material e linguística no mundo virtual viabilizavam, através da aquisição de produtos, a constituição material do grupo de aficionados e contribuía para criar e recriar divisas simbólicas operadas na vida “real” dos encontros entre pessoas distantes umas das outras através dos fóruns, os grupos virtuais eram parte essencial da sua existência tal como se organizavam e não o mero espaço virtual. A cena de um *racha* que descrevi anteriormente, na parte 3, mostrava esse entrelaçamento entre encontros e redes virtuais. Dois paredões rachando, uma multidão de jovens homens entre eles com seus celulares levantados, capturando em vídeo cada movimento, cada mudança de música, postando simultaneamente nas redes sociais. Esses mecanismos sociotécnicos de integração sociossimbólica que eram as redes sociais sustentavam a virtualidade real de que falou precursoramente Castells (1999).

Nesse cenário, as imagens de capa dos grupos, como aquela do burro, figuravam ao mesmo tempo como meios de atração de membros entre os muitos grupos existentes, que de fato me tocou, quanto formas de representar, congregar valores, práticas, sentimentos. Vejamos a imagem de capa do grupo SAA, que analiso a seguir.

Figura 39 - Imagem reproduzida da capa do grupo SAA - Som Automotivo Alagoas do Facebook



Fonte: Facebook

A imagem apresentava em destaque, do lado esquerdo, a marca da SAA – Som Automotivo Alagoas. SAA em vermelho, fonte maior que qualquer outra no retângulo, com alguns graus de inclinação para a esquerda. Abaixo, também inclinado e em preto, a frase som automotivo alagoas, correspondendo às letras da abreviatura. Ambas estão semifechadas por um “fixador de mira”, um colchete que fixa a atenção sobre a marca, a exemplo mira de aviões de caça. Indo um pouco mais fundo, funciona mais que um recurso de destaque, remontando ao universo da guerra, da caça e da segurança. Do lado direito, há uma barra vertical separando a marca dos endereços em redes sociais, oficialSAA Facebook, oficialSAA Instagram, 8299409056 whatzap, 8296125437 whatzap. O termo “oficial” é usado para buscar dar status superior ao grupo, talvez pela originalidade, ou pela quantidade de membros. Nesse sentido, sugere competição entre comunidades com o mesmo nome, como de fato existem, e a disputa pela comunicação com o público de aficionados. Na parte inferior direita, no fim da mensagem, há o e-mail, [oficialsaa@gmail.com](mailto:oficialsaa@gmail.com), em letras pequenas e, logo abaixo, a frase “o maior grupo de som automotivo de Alagoas”, em letras maiores, embora menores que a dos outros textos. Tudo isso sobre um fundo branco. Mais uma vez, a busca por destaque em relação a outros grupos do Facebook, dessa vez qualquer grupo de som automotivo de Alagoas, fica

transparente. A julgar pela descrição, pela organização geral, maior que a dos concorrentes, e pela imagem, o grupo investia no maior alcance possível dos *amantes* de som automotivo, abrangendo compra, venda, troca, divulgação de eventos, informações e defesa do som automotivo contra sua criminalização.

Esse posicionamento da SAA, agindo para manter sua distância em relação a outros grupos, evidenciava a formação de um espaço de competições que ia, obviamente, muito além da reunião de membros para discutir processos de montagem. Durante as visitas aos grupos, era útil acessar a seção Description para entender como os administradores definiam sua finalidade e intentavam regular as interações entre os participantes. Depois de lê-las, uma por uma, achei importante listar e relacionar todas as descrições que encontrei para compará-las e o que encontrei em algumas ia no sentido de denunciar ainda mais explicitamente a competitividade. A maioria que se autodescrevia se contentava com a finalidade dos grupos, regras de convivência ou chamadas para a luta contra as proibições. Alguns, entretanto, usavam o espaço com função mais apelativa com sentido de arregimentar membros: “COMPARTILHEM NOSSO GRUPO AUTOMOTIVO!!! NOSSO GRUPO É EXCLUSIVO DE SOM E ACESSÓRIOS AUTOMOTIVOS!!! OBRIGADO A TODOS”, era o que dizia o Som Automotivo Arapiraca Alagoas, com apenas 4 membros, criado em 2013. Ou “ESSE GRUPO É PARA EXCLUSIVAMENTE PARA TROCA OU VENDAS DE PECAS E ACESSÓRIOS AUTOMOTIVOS. ADD SEUS AMIGOS!”, Mercado Automotivo Alagoas, com 4.200 membros, criado em 2013. O que mais atraía tantas iniciativas?

Acho importante considerar que essa competição residia também no fato de que os grupos articulavam redes de serviços que se formaram em torno do som automotivo em todo o estado de Alagoas, constituindo-se como uma importante plataforma de visibilidade para muitos pequenos e médios negócios. Quanto maior era o grupo destinado às trocas, mais iniciativas se entrecruzavam e se diferenciavam para suprir a demanda dos *amantes* de sons, criando uma rede de interdependências extensa que se moldavam sob a influência de duas dimensões das práticas: 1) a concepção e montagem de sons; 2) seus usos em competições e para a promoção de festas. Entre membros comprando, vendendo e trocando equipamentos e veículos, havia na disputa por espaço também projetores e instaladores autônomos atuando no setor informal, promotores de eventos, DJs e lojas de peças e serviços. Na seção Discussion,

entre ofertas e mais ofertas de peças, era possível encontrar com facilidade alguém vendendo CDs personalizados negociados pelo Whatsapp onde quer que estivesse o interessado, como é possível ver na figura abaixo.

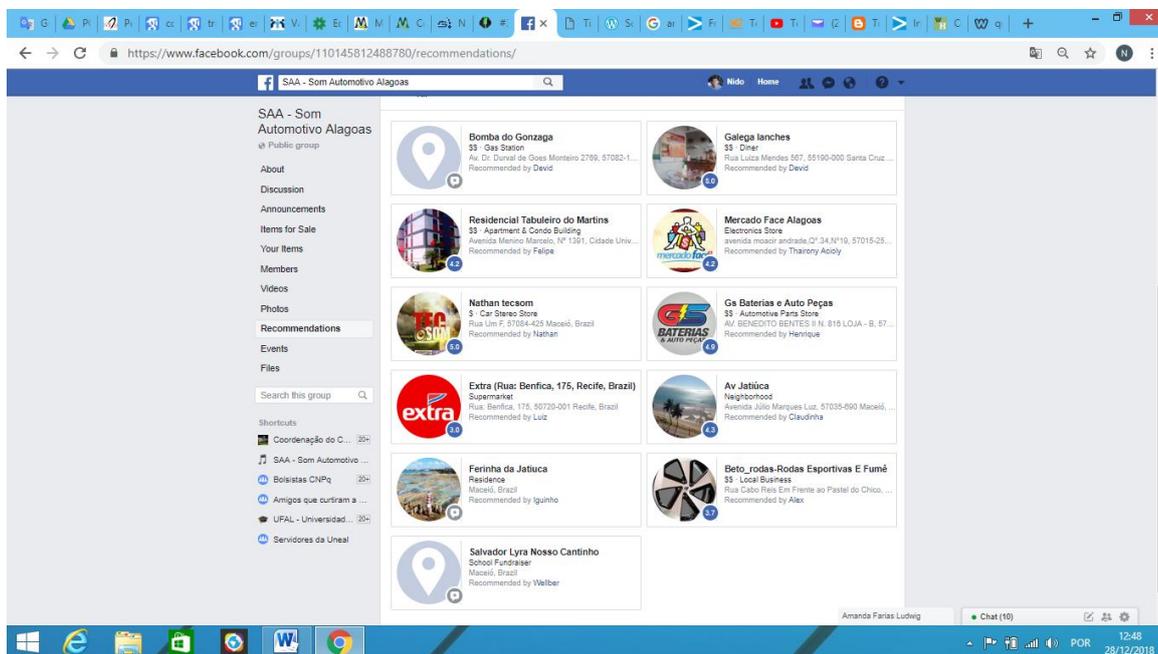
Figura 40 - Imagem reproduzida da seção Discussiom do grupo SAA - Som Automotivo Alagoas do Facebook



Fonte: Facebook

Por outro lado, o SAA podia ainda dar status diferencial a alguns serviços, recomendando-os na seção Recommendations:

Figura 41 - Imagem reproduzida da seção Recommendations do grupo SAA - Som Automotivo Alagoas do Facebook



Fonte: Facebook

Além dos canais de comunicação e integração dos *amantes*, assim, os grupos de Facebook controlados por empresários disputavam o poder de coordenação e regulação desses mercados emergentes de peças e serviços na internet que eram importantes para a manutenção das festas e competições em toda Alagoas.

A intenção manifesta de unir *amantes* de som deixava patente que a conquista de espaço exigia em alguma medida exprimir a partilha de categorias morais sensíveis no contexto da crescente hostilidade ao som automotivo. Não era por acaso que a busca por união marcava na época o tom da SAA, a maior comunidade de trocas de som automotivo de Alagoas no Facebook. No grupo, a seção Description, que também costumava apresentar as regras de convivência, mostrava a mais bem detalhada lista de regras que encontrei. Nove artigos ao todo, bem organizados, entre a vedação de anonimato, excluindo fakes, o controle temático, apagando anúncios fora dos objetivos, e a regulação das interações entre os membros, notadamente a contenção de comunicação violenta. Não pude saber, infelizmente, o quando as regras se modificaram ao longo do tempo. Esse tipo de rastreamento só era possível de fazer através da plataforma quanto ao nome do grupo, que nunca mudara. Acho importante, entretanto, ater-se

um momento ao nexu moral criado entre a necessidade de união dos *amantes* e a continuidade de trocas pacíficas, sem ofensas e agressões.

¡l¡l¡l -- BEM VINDOS -- ¡l¡l¡l. ATENÇÃO PARA AS REGRAS:

(...)

4º - Tópico/postagem com ofensas ou desrespeito a outro membro será apagado e o autor será advertido, se persistir será convidado a se retirar do grupo.

(...)

6º - Esse grupo serve pra unir todos os amantes de Som Automotivo, então cuidado com comentários desrespeitosos e preconceituosos, caso isso aconteça ambas as partes serão convidadas a se retirar do grupo.

7º - Enviem fotos ou vídeos dos seus Trios ou SQ, independente de tamanho todos têm espaço, mande sua sugestão pra gente, lembrem-se que aqui é um espaço voltado não só para vendas e trocas, mas dúvidas, encontros, eventos, fotos etc...

Att Moderação da SAA - Som Automotivo Alagoas

É possível notar que, sob o pano de fundo do recrudescimento das operações de fiscalização, a criminalização do som automotivo operava pressupostamente na cadeia de ausências e presenças dos discursos de autovalorização e união instrumentalizados pelos administradores do grupo através das regras, lembrando que as práticas discursivas não constituem por inteiro a realidade social, mas é parte constitutiva dela junto com instituições, processos e consequências não pretendidas das ações (FAIRCLOUGH, 2001). “Esse grupo serve para unir os *amantes* de som automotivo” era tanto uma advertência a partir da qual se procurava concluir logicamente, com auxílio da conjunção “então”, a punição do preconceito e do desrespeito quanto, transbordando o plano semântico para o interdiscurso com os processos de estigmatização, uma justificativa para tal punição, uma vez que foi eleita um princípio de tipo superior de regulação das interações do grupo. Digo de tipo superior porque ele oferecia a síntese dos mecanismos regulatórios. Excluir ou incluir membros, em tese, dependia de sua observância. Em vista do status dos *amantes* em relação à ordem pública, essa não era uma colocação vazia, mas uma expectativa, não importa se cínica ou verdadeira, de reconhecimento

por parte dos membros que se consubstanciava dia a dia no cotidiano dos subterfúgios e apreensões.

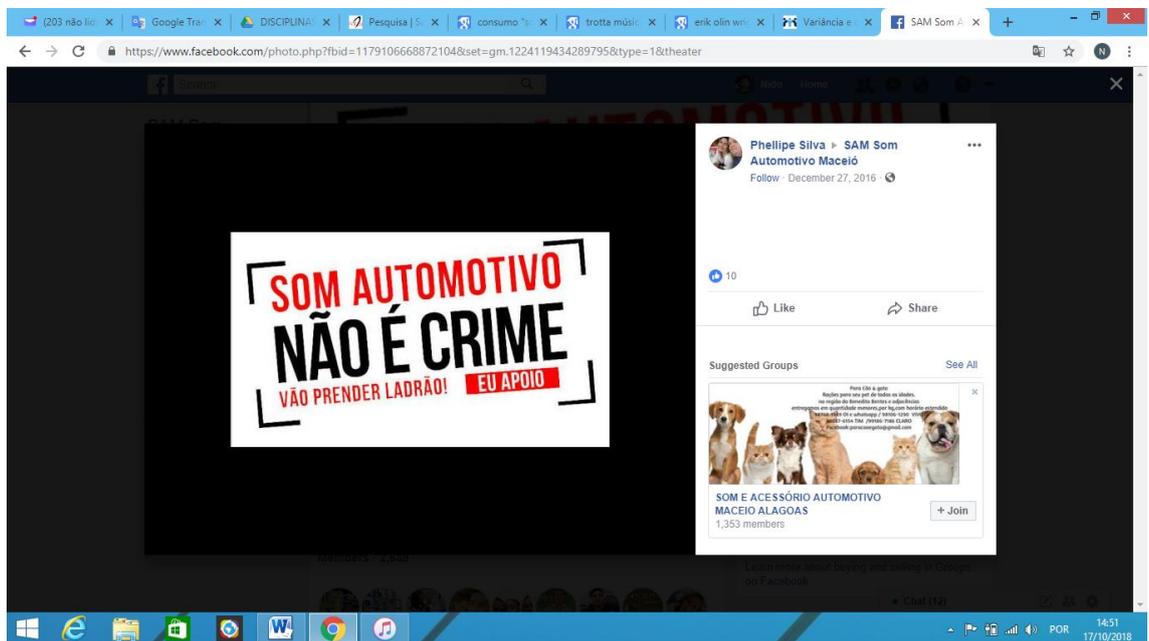
Se interpretadas as regras dessa forma, a unidade dos *amantes* de som figurava como um elemento importante, se não propriamente constitutivo, da cimentação do mercado virtual de peças de som automotivo em Alagoas, de que a SAA tomava parte bastante significativa entre tantos outros.

Por refletirem o cruzamento dessas dimensões moral, identitária, política e mercantil destinadas a abarcar o maior número possível de *amantes*, acreditei serem as imagens de capa fontes de pistas sobre questões importantes que diziam respeito aos aficionados por som automotivo. Foi nesse contexto que a manifestação da relação dos *amantes* com o status de anátema social e cultural começou a ganhar espaço.

## 6.2 SOM AUTOMOTIVO NÃO É CRIME, É HOBBY E EU AMO!

Dois outros grupos tinham imagens de capa que criavam conexões com seus membros através da defesa do som automotivo. Entre eles estava o Som Automotivo Maceió. O grupo foi criado em 2015 e tinha em outubro de 2018 por volta de 3 mil membros, dentre os quais seu único administrador, um proprietário de uma pequena instaladora e construtor de paredes da capital. Como a maioria, destinava-se à compra e venda de peças e serviços de som automotivo. Não possuía uma descrição produzida pelo(s) criador(es), deixando para tanto apenas a classificação do Facebook, obviamente escolhida por ele(s). Apesar de não ser tão grande quanto o SAA, era muito movimentado, com postagens variadas, discussões, propagandas de eventos. Mantinha, em muito menor escala, a mesma estrutura do SAA, muito provavelmente compartilhando membros com este.

Figura 42 - “Som Automotivo não é crime vão prender ladrão! Eu apoio”



Fonte: Facebook Som Automotivo Maceió

A imagem dá total destaque à frase “Som Automotivo não é crime vão prender ladrão! Eu apoio”, escrita toda em caixa alta, centralizada na imagem em forma de retângulo e com uma leve inclinação para a esquerda. “Som Automotivo” tem o segundo maior tamanho de fonte. Está escrito em vermelho como recurso de destaque. Logo abaixo, “Não é Crime”, escrito em preto, ocupa o maior tamanho de fonte e o maior destaque na comunicação. Em baixo, “vão prender ladrão!” e “Eu apoio” dividem a mesma linha, com ênfases diferentes. A primeira está escrita em vermelho; a segunda em branco com um grifo em vermelho, chamando mais a atenção. O recurso gráfico da “mira de caça” mais uma vez procura trazer toda a atenção para a frase. É sempre delicado atribuir sentido ao arranjo de produções gráficas, quanto mais amadoras mais problemáticas. As limitações técnicas podem inviabilizar a expressão do sentido pretendido pelo produtor. Nesse caso, o problema diz respeito à ênfase através do tamanho e cores das fontes. “Não é crime” realmente foi pensado para se destacar pelo tamanho ou foi seu ajuste no retângulo que o estendeu por ser uma frase menor que as outras? Da mesma forma, “vão prender ladrão!” e “eu apoio” tiveram seu tamanho reduzido intencionalmente ou porque não caberiam no retângulo predefinido para a foto de capa? Apesar disso, as ênfases de cor são um caminho mais seguro para a compreensão da intenção do produtor da imagem. Outros

blocos de associação poderiam ter sido criados com as cores e grifos. Está expressa essa habilidade do designer. “Som Automotivo” poderia ser da mesma cor que “não é crime”, preto, por exemplo, deixando as outras frases com mais destaque, com grifo, entre outras combinações. Além disso, não se sabe o significado da cor vermelha. Não está claro se ela respeita alguma convencionalidade mais geral, já que “som automotivo” elemento positivo tem a mesma cor que “vão prender ladrão!” e “Eu apoio”. A composição de cores pode ainda ter sido restringida pela regulamentação de uma marca. Nesse sentido, é possível dizer com segurança apenas que a intercalação da cor vermelha tornou “não é crime” o elemento destacado pela diferença, pelo tamanho e pelo contraste. Numa cartela de cores limitadas, expressar uma mensagem por cores foi mais eficiente através do contraste dos elementos e pelo recurso ao grifo, o que a cor por si só não tinha autonomia para significar.

Têm-se então dois destaques: “não é crime” e “eu apoio”. Levando em conta isso, pode-se interpretar o objetivo da comunicação mais como defender a honra dos aficionados por som automotivo, com bastante ironia, do que apenas reivindicar a licitude das práticas, que são contestadas por comunidades e autoridades, e avisar a quem os criminalizam, aparelhos repressores como leis orgânicas municipais, juízes e polícia, que eles estão perdendo tempo com cidadãos “de bem” e que os verdadeiros criminosos, “ladrões”, estão à solta por aí. A ironia, expressa por “vão prender ladrão!” é finalizada com “Eu apoio”, mais uma vez comunicando que são pessoas ordeiras, não criminosos.

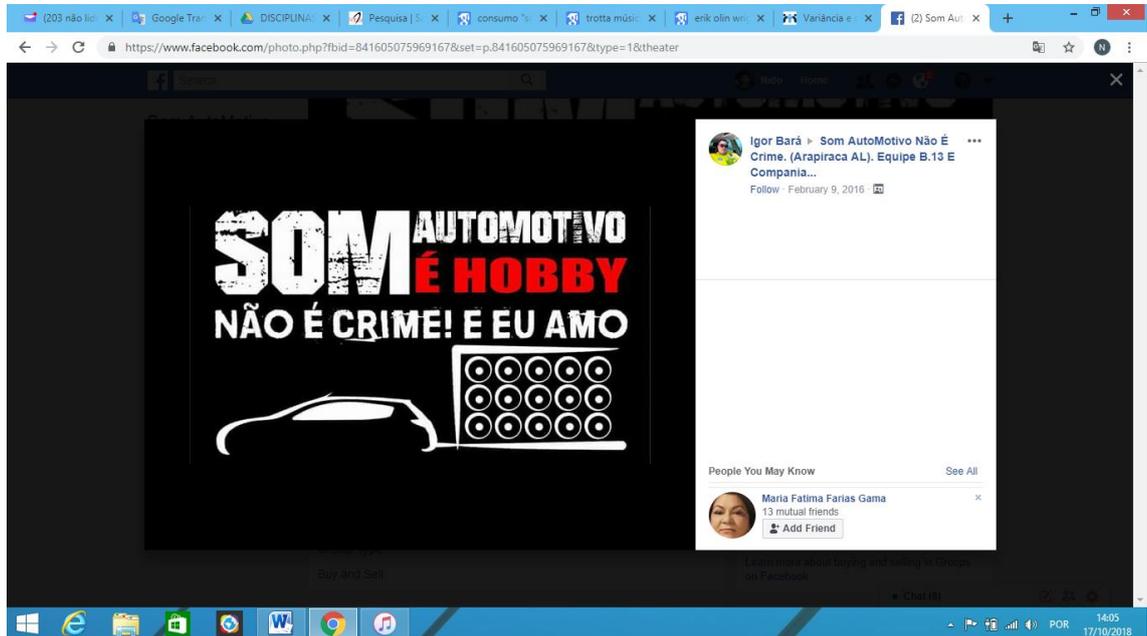
Como Feltran (2014) observou, o avanço da mercantilização nas últimas décadas, que abarcou as periferias urbanas num novo modelo de gestão da pobreza, promoveu o mapeamento e essencialização dos grupos classificados distintamente por seu potencial de ameaça à ordem mercantil. Ocorreu, com isso, um deslocamento dos princípios de inclusão e exclusão social antes marcado pela mediação pública pela redução dos efeitos da acumulação capitalista para o centramento na violência urbana. A oposição entre bandidos e cidadãos de bem encaixava-se como uma luva no contexto da criminalização do som automotivo, em que os símbolos de respeitabilidade estão vinculados a tipos sociais ordeiros ou desordeiros.

Por outro lado, o próprio ato de assumir-se *amante* de som e defender-se pressupunha assumir um valor próprio àquilo que faziam que não estava sendo reconhecido. As peças de capas sugeriam o aguçamento, no contexto das constantes pressões, da reflexividade dos

*amantes* de som sobre as condições que impunham um controle mais intenso sobre suas práticas. As crises, como observou Lahire (2002), sejam pessoais ou coletivas, elevam a reflexividade dos atores em meio à desorientação e reestruturação de marcos sociais e cognitivos envolvidos na relação consigo e com o mundo. As armaduras discursivas que procurei apresentar com Horácio mostravam um aspecto desse processo, embora de forma muito defensiva. Mas os conflitos também suscitavam nos *amantes* a consciência do seu fazer, a consciência de que outros como eles a tinham conjuntamente, de como os outros grupos viam o seu fazer e, por conseguinte, de maneiras pelas quais era possível resistir. O que, porém, os aficionados julgavam uma fonte de valor em suas práticas? A próxima imagem começará a desenhar uma das linhas mais importantes de sua defesa.

A frase estampada no título desta seção foi retirada da foto de capa de um grupo da rede social de Arapiraca, “Som Automotivo não é Crime”, administrado por Igor Bará, aquele antigo concorrente de Ygor Paixão. O grupo, que em 2018 possuía por volta de 2 mil membros, foi fundado em 2015, quando o som automotivo estava no auge, e estampava na sua descrição a frase “Vamos Todos Nós Juntar Para Não Proibirem o Som AutoMotivo Em Arapiraca AL”. Era o único grupo encontrado que, pelo menos em propósito, destinava-se unicamente a articulações para a defesa do som automotivo no estado. Infelizmente, era um grupo fechado. Enviei o convite, mas nunca fui aceito. Sendo assim, seus usos reais não puderam ser acompanhados. Tive que me contentar apenas com sua imagem de capa, que por si só forneceu, como um aquecimento para o que lidaria mais tarde, informações valiosas.

Figura 43 - “Som automotivo é hobby. Não é crime! E eu amo”



Fonte: Facebook

A imagem é uma composição de texto e desenho em contraste com fundo preto. Em maior destaque, iniciando um bloco de texto centralizado na parte superior da comunicação, aparece logo o nome “Som” em cor branca, caixa alta e fonte estilizada com aspecto de desgaste. Lembra um asfalto com a tinta da sinalização desgastada pelo uso contínuo ou mesmo por alguma manobra automotiva. Logo ao lado, em fontes menores e ajustadas às dimensões de “Som”, estão a palavra “automotivo”, também de cor branca, caixa alta e estilizada com desgaste, e “é Hobby”, em vermelho, caixa alta e sem o estilo de desgaste. Abaixo, alcançando todo o comprimento das palavras descritas, há as frases “Não é crime!” “e eu amo”, ambas em cor branca, caixa alta, embora com fonte menos expansiva, e estilizada não com desgaste, mas com alguns riscos em algumas letras, criando um novo bloco estilístico. Têm o mesmo tamanho das duas últimas descritas. Abaixo, respeitando os limites de um retângulo imaginário formada com o texto, existe a silhueta em cor branca de um automóvel modelo gol, golf ou pálio do lado esquerdo puxando um paredão desenhado por uma linha horizontal na base e no topo, uma linha vertical do lado direito próximo a traseira do carro e quinze alto-falantes desenhados também em cor branca. Considerando sintaxe e semântica propriamente linguísticas e elementos gráficos como cores, a frase pode ser lida da seguinte maneira: “Som automotivo é hobby, não

é crime! E eu amo”. Também faria sentido “Som automotivo não é crime! É hobby e eu amo” o que sugere o nome do grupo “Som automotivo não é crime”. Seja como for, dois termos se destacam: a ênfase no “não é crime!”, com exclamação, e em “é hobby”, em vermelho, se destacando em relação a todos os outros termos. Qualquer uma das interpretações sugeridas para a frase, entretanto, estabelece uma continuidade entre a negação da criminalização do som automotivo e sua afirmação como algo próprio do aficionado, algo que tem por estima e que revela sua personalidade, sua individualidade: a *paixão* de que todos eles falavam, desenvolvida como um *hobby*, uma atividade supostamente entregue às afetações puramente individuais, oposta às coerções das obrigações sociais. Mais à frente desenvolverei melhor este tema. Por ora, o sentido da frase pode ser interpretado como uma maneira de criar vínculos com os membros através da indignação com a criminalização e do orgulho de praticar essa atividade que guardam em lugar tão importante. A mensagem sugeria, implicitamente, o maior aguçamento em relação às outras peças da autoconsciência enquanto grupo social que refletia em razão de apontamentos e acusações.

Em relação às redes de discursos estigmatizadores, os grupos virtuais se tornaram instrumentos que concorriam de fato para a positivação moral dos *amantes* em relação a si mesmos e para a criação de unidade através do refinamento da autodefinição identitária contra uma alter definição crítica. Essa unidade pode ser descrita pela recusa a aceitar o status de criminosos e pela *paixão* entendida como uma atividade livre de obrigações voltadas para a busca de satisfação pessoal, dos aficionados por som.

Entretanto, as imagens de capa, e muito do que era postado nos grupos, passavam pelo comando de um empresariado de pequeno e médio porte, entre donos de instaladoras de som, lojas de roupas, calçados, serviços de informática e promotores de encontros e competições. No Facebook, o controle dos maiores grupos estava em posse dessas categorias sociais que assumiam, através de participação em discussões e comentários, tanto o papel de administradores quanto de *amantes* de som. Aos poucos, o discurso da *paixão*, que tinha mesmo uma aspiração generalizante, sempre na boca dos meus interlocutores, começava a despontar no horizonte claramente sob o comando desses atores que buscavam nutrir uma imagem mais enobrecida de si. Em função disso, comecei a pôr em questão a suposta universalidade dessas representações, algo intrínseco ao trabalho que realizava.

### 6.3 HOBBY E PAIXÃO COMO FORMAS DE DIGNIFICAÇÃO SOCIAL

Usarei novamente, nesta seção, minhas interlocuções para mostrar o tipo específico de construção discursiva em que a *paixão*, desenvolvida como um *hobby*, ganhou papel central nas reivindicações de atores pertencentes a frações de um empresariado médio urbano do setor de serviços, especialmente de organizadores de eventos, pela transformação da sua imagem pública como *amante* de som.

Elegi, principalmente, Ygor e Brasit para conduzir a esta revelação. Ygor por sua notável participação na história do som automotivo em Alagoas, primeiro como *amante* e depois como empresário organizador de eventos em várias regiões, entre agreste, litoral e sertão, persistindo no cenário e, por isso, conquistando uma posição de autoridade sobre o assunto. Quanto a isso, foi especialmente relevante Brasit. O *hobista* e empresário organizador de eventos foi também um ator político importante, talvez a mais emblemática figura da luta dos *amantes* de som no estado entre a época do *boom* e a pandemia do covid-19, e por isso personagem de relevo para a criação e difusão de informação, ideias e discursos no calor de enrijecimento das fiscalizações, das apreensões de sons e das disputas entre organizadores por espaço, público e influência. Tudo isso deixou claramente um espaço virtual aberto para o surgimento de lideranças, atores sociais que mostrassem à sociedade mais abrangente a insatisfação do número crescente de aficionados e simpatizantes com a imagem que a eles tinha sido atribuída. Brasit assumiu claramente esse papel na capital, ganhando muita influência no estado através das redes sociais, especialmente o Facebook.

Um vídeo postado em fevereiro de 2016 no Youtube intitulado “Nova Campanha Som Automotivo” registrou cenas desse posicionamento de Brasit em ato. Meses antes de lançar sua campanha para vereador nas redes sociais, essa pequena produção destinada aos *amantes* de som procurava mobilizá-los para o financiamento de ações sociais de fornecimento de alimentos a instituições de caridade. No vídeo gravado à noite em espaço aberto, Brasit, em primeiro plano, segurava nas mãos um adesivo com a peça gráfica que serviu para ilustrar a capa do grupo “som automotivo não é crime” analisada acima: “Som automotivo não é crime, é *hobby* e eu amo!”. Havia atrás, pouco favorecido pela luz da câmera, um pequeno grupo de

homens jovens ao redor de um utilitário onde se devia armazenar os alimentos, enquanto um homem que ganhava um saco de alimentos cruzava a cena tomando algo servido na ação.

“Comprando esse adesivo, você ajuda também a fazer esse trabalho social do som automotivo. Então, som automotivo não é só festa, não. A gente também tem nosso trabalho social e eu espero que você ajude a fortalecer essa campanha pra gente mostrar para a sociedade que a gente também tem nossa parte social”

O vídeo mostrava Brasit como articulador de ações voltadas para a positivação do som automotivo em meio ao endurecimento das fiscalizações. Na sua página no Facebook, não faltavam fotografias e vídeos do *hobista* em entrevistas, anúncios e encontros políticos durante o ano de 2016, sobretudo. Eram bem o que tinha dito quando nos encontramos. “Era igual a celebridade. Fotos, a galera em cima. ‘Brasit tá aqui, Brasit chegou’. O evento parava, entrevista de rádio...”. Falava isso enquanto me mostrava na tela do celular um vídeo de carreata que realizou com outros *amantes* de som entre 2015 e 2016. Numa avenida, na orla de Maceió, muitos carros enfileirados, alguns com o porta-malas aberto, outros puxando seus reboques com paredões chamavam a atenção daqueles ao redor para sua causa com muito buzinaço e música. “Eu sempre andava assim. Eu sempre saía de casa e era escoltado pela galera. Parecia um político ... Já fiz parte de carreata com senador [Renan Calheiros], com ex-prefeito de Maceió [Cicero Almeida]”. Era isso que parecia quando eu encontrava algum interlocutor: uma autoridade. “já entrevistou Brasit?”. Por esse motivo, não poderia deixar de figurar como personagem importante para elucidar, o mais profundamente possível, o significado da *paixão* de que tantos aficionados falavam.

Não demorou muito até que Brasit tocasse no assunto quando iniciamos nossa conversa em sua casa. Não tive muito tempo para apresentar o objetivo da pesquisa, logo me tomou a palavra, ansioso para falar:

...a gente revolucionou... porque na realidade é um hobby – N: sim – tudo é um hobby... e como o cara que gosta de cavalo, o cara que gosta... de... todo tipo de... de... de hobby às vezes é anormal, né – N: sim. O som automotivo no caso é uma coisa que poucos compreendem, só compreende quem gosta.

O que gente sempre buscou foi o espaço... autorizado pra isso, porém, até hoje nunca conseguimos – N: sim.

O *hobby* surgia como um objeto discursivo dependente da problemática da perturbação sonora, carregado da pressuposição implícita das acusações de desordem vista em “O que gente sempre buscou foi o espaço.... Ele figurou como uma resposta à sua má fama, mas, dessa vez, não para esconder-se sob o manto da legalidade, mas para afirmar-se e, ao mesmo tempo, reivindicar seu lugar como uma prática cultural legítima ao lado de outras, como a *paixão* por cavalos. Essa interdiscursividade com os conflitos e a defesa de seu lugar ao sol foi bem expressa por Ygor Paixão em termos muito parecidos com os que Brasit utilizou.

Assim é... a gente quando começa a competir é... é realmente um... a gente chama hoje de hobby e se torna... é realmente um vício. E eu gosto de comparar o som automotivo hoje... é... com o esporte de vaquejada, por quê? Porque hoje a gente tem uma certa restrição como a vaquejada teve uma certa restrição agora que foi nacionalmente, né, que queriam acabar com... com a vaquejada. Mas aí o que... se... se teve um ajuste [hum], né?

Apesar do uso de palavras como anormalidade e *vício*, que teriam um sentido negativo para a maioria, ali ambos usavam esses termos cambiantes para se referir à *paixão* dos *amantes* de som, o que lhes cabiam traduzir. Embora, segundo Brasit, o som automotivo fosse algo “difícil de compreender”, um universo fechado àqueles “*hobistas* apaixonados”, como se definia, traduzir esse sentimento para setores sociais mais amplos era justamente o seu papel enquanto liderança e aspirante a político (ALEXANDER, 1998). E foi isso que realmente fizera ao longo dos anos.

eu sempre fui um fanático do som automotivo, desde menino, desde criança que eu sempre gostei de qualidade de som, porque as pessoas quando falam “som automotivo” todo mundo já acha assim: “barulho”. Mas a gente busca a qualidade, perfeição e potência. Isso tudo se agrega a... melhor - bons equipamentos pra, cada vez mais... eh... é esse o hobby do som automotivo, cada vez mais ter mais qualidade, ter mais potência de som, não tem limite. Existem paredões, hoje, atualmente, que custam mais de dois 2 milhões de reais, até mais... assim, pra você ver que é assim, coisa anormal. O hobby não tem limite para o apaixonado.

Mais uma vez, suas falas apareciam claramente codeterminados pelas correntes de discursos estigmatizadores, pela fabricação de leis, pela repercussão das operações policiais produzidas por aquela rede que procurei apontar anteriormente. O “barulho” sintetizava todo tipo de visão depreciativa que costumava rondar o som automotivo. Trazia à tona, junto com isso, todo o contexto das contendas vicinais nas cidades e as muitas ligações aos 190 sob acusações de perturbação do sossego. Contra isso, a *paixão* pretendia figurar, opostamente, como um ativo simbólico na luta pela definição do que é ou não culturalmente legítimo de se praticar.

A *paixão* fora do comum, “anormal”, manifestada como uma propensão individual e natural desenvolvida ao longo da sua biografia era uma tentativa de legitimar os *amantes* de som automotivo frente a outros setores sociais, entre eles a Universidade, através de mim. O dinheiro, apesar de importante para representar os *hobistas*, ganhava no discurso de Brasit valor secundário à *paixão*. Era uma métrica da anormalidade, o limite realista para uma *paixão* que não tinha limites de classe, embora nem desconfiasse, no trecho a seguir, que o som automotivo fornecia modelos de diversão sonora a muitos daqueles que nem sequer podiam ter um carro nas periferias alagoanas.

como todo... todo... todo hobby, na realidade era uma diversão, era um prazer, e totalmente eclético, todo tipo de pessoas, do empresário mais rico ao mais humilde, e... todo tipo de gente

(...)

o som ele é algo assim, quando você tem, começa a entrar nessa paixão, nesse vício, você quer aumentar o calibre, então o cara que tem um som de mala é porque as condições dele é ter um som de mala. Mas se ele puder amanhã ter um paredão ele vai ter. Então assim, é como se um som de mala fosse o começo de tudo, mas ele tá querendo sempre ter mais potência, ter um som maior.

A negação do “comércio no templo”, de que o som automotivo é um objeto de *paixão* genuína e não de comércio ou política, há muito estava presente na defesa dos *amantes*. Em curta entrevista a uma revista automotiva em 2013 (REVISTA AUTOMOTIVA, 2013), Tico

Som já sentia necessidade de defender esses limites contra o que se colocava à época como outra fonte de crítica dos aparelhos. Sugerindo que Fortaleza-CE havia resolvido parte de seus conflitos, destinando espaços públicos reservados para o que chamava de “som pesado”, Tico se defrontava com outro tipo de obstáculo aos paredões, seu uso comercial em período de campanhas políticas. Perguntado sobre essa questão pela revista, o *mestre* cearense respondeu que poucos de seus clientes usavam som para tal fim, “meu cliente monta som para o seu próprio uso, e não para comercializar.”

A questão, aparentemente inocente, pressupunha ainda dentro do contexto da perturbação do sossego, que crescia no período das campanhas políticas, um fim puramente instrumental para o que Tico definia, ao modo de Brasit, Amilton, Júnior Bebidas e outros que ainda veremos, como uma *paixão* surgida na infância e desenvolvida ao longo das oportunidades e experiências de vida. Na já citada entrevista disponível no Youtube, Tico descreve sua relação com o som automotivo como um tipo de *paixão* inegociável carregada desde menino, quando devorava revistas de áudio (CHIQUINHO SOM, 2018). Em 2013, na época da entrevista da Revista Automotivo, já existia a necessidade de envolver, de forma reativa às acusações de todo o tipo de que eram alvo, o som automotivo sob um manto de enobrecimento que repelisse certas máculas morais. Fincar uma estaca no terreno da espontaneidade, da identidade das práticas com as propensões mais pessoais dos *amantes* foi desde cedo uma forma de responder a tais questões.

Até aqui, a crença de que propensões, emoções e sentimento individuais genuínos, carregadas com os aficionados ao longo da vida, tivesse força de sentido para transformar a imagem pública do som automotivo se ancorava na percepção mais generalizada entre os *amantes* de que a sua qualidade mais importante eram uma virtude intocada pelo instrumentalismo do comércio e da política. Mas os *vícios*, dessa vez entendidos como falha moral, também foram um objeto dessa depuração simbólica do amor pelo som automotivo. Brasit disse que

Aí eu vou falar de uma questão que é fundamental, que muitas vezes relacionam o som automotivo com vício de drogas. Isso é um ponto fundamental. A droga ela trabalha paralelo, a droga ela é uma... ela é uma... uma chaga, eu posso dizer assim, que ela contamina o universo. Aí onde tem

bebida, onde tem um lazerzinho, onde tem barulho a droga entra. É claro isso e num show, isso é em qualquer tipo de coisa. Já chegaram a dizer que “ahh, esse povo do paredão eles tão tudo alto de droga”, eu não concordo. Existe muito homem de bem, pessoas que nem bebem, como eu acabei de citar, que nem consome álcool, mas gosta do hobby, e eu não admito quando o hobby é atribuído ao uso de drogas. A perturbação do sossego eu aceito, até porque é um grande problema da gente, mas atribuir às drogas, não.

Em termos muito semelhantes de tratar a questão dos *vícios*, quando se referia ao estigma do som automotivo sobre as drogas e alguns episódios de violência nos eventos, Ygor os opunha à capacidade virtuosa que desenvolvera um aficionado para superar, através do esforço pessoal na concretização de projetos de som, tragédias pessoais. Essa era a história do “Paredão Invulgar”. Era o paredão que estava “em alta” no momento, contou Ygor. Tomara conta das redes sociais e isto o fizera chamá-lo para um evento seu um ano antes. Qual a razão desse sucesso? O que ele teria de Invulgar? “Tanto o formato como é... o *mestre* do som automotivo diz que não dá certo, assim não vai dar certo e ele mostrou que dá certo! Ele estudou e fez, realmente, uma coisa... um sistema pequeno que... supera muitos sons aí grande”. Levando em consideração os padrões seguidos pelos paredões até aqui ilustrados, ele era, sem dúvida, um aparelho de aparência singular. Para facilitar a comparação colocarei o tipo padrão e o tipo “estranho” em confronto nas imagens abaixo.

Figura 44 - Paredão Invulgar



Imagem: Reprodução

Figura 45 - Paredão da Veinha, do blogueiro do som automotivo alagoano Isaac Newton



Imagem: Isaac Newton

Com uma configuração técnico-estética organizada a partir de blocos retangulares de seções de equipamentos de reprodução de frequência distintas, destinando toda parte de baixo para os graves, 3/5 da parte superior para os médios e uma pequena seção para os agudos, o Paredão Estranho quebrava as expectativas de horizontalização da estrutura e de divisão simétrica e equilibrada de frequências, interferindo, por esse motivo, também na forma como as ondas sonoras se distribuíam e se propagavam no ambiente. Apesar das advertências dos mestres do som automotivo, como disse Ygor, de que o som por isso não funcionaria, “ele competiu com o famoso rei do racha, vamos dizer assim, que é a Carreta RE, ele botou de lado, com um sistema muito menor, botou de lado e sobressaiu. Então o som dele hoje é uma atração no ramo e no som automotivo hoje no Brasil.”

O Paredão Invulgar era obra de Lucindo, um bem-sucedido empresário cearense do ramo das telecomunicações no estado, mídias sociais e TVs, contou Ygor. Era um *hobista* antigo, unicamente um *hobista*; nunca precisara do som automotivo para viver, ressaltou. O empresário, que Ygor descrevia como uma pessoa muito inteligente, havia parado durante um tempo de praticar seu *hobby*

E agora resolveu, por conta de uma fatalidade que teve lá na... que, inclusive, acho que foi com a namorada [sim], um acidente que aconteceu, e aí ele parou um tempo e agora voltou, e voltou com esse sistema totalmente diferente do padrão dos paredões que a gente via tocando [sim], dos famosos, vamos dizer, de hoje. Então assim, então muita gente começou no início a tirar onda, porque realmente é estranho. O nome é paredão dele [hum] e realmente o sistema dele é invulgar.

Esse processo traumático, de alguma maneira, sugeria Ygor, levava Lucindo a construir ele mesmo, sozinho, peça por peça, o Paredão Invulgar sob risos e subestimações. “E todo mundo dizendo: ‘homi, que coisa marmota... isso é uma marmota’”. Contra todas as expectativas, porém, o aparelho era, no início de 2020, uma empresa de sucesso. “Pra você ter uma ideia, pra ele vir numa turnê que a gente conseguiu fechar, ainda tive um custo de 5 mil reais pra ele vir tocar aqui. E é um som, minha gente! Não é uma banda. É um som!”.

A trajetória de superação de Lucindo contada por Ygor figurava como mais uma forma de busca de enobrecimento contra o simples interesse econômico que poderia suscitar a criação e comercialização dos serviços do Paredão Invulgar. Com sua narração, Ygor tornava ainda mais explícito as razões pelas quais a *paixão* seria uma forma de reverter a mácula da desordem atribuída aos *amantes* de som. Ela forneceria também um meio de desenvolvimento pessoal, de autodomínio para a construção do indivíduo como ser moral, capaz de resistir às adversidades da vida, resistir às opiniões correntes, que nesse caso eram os modos altamente padronizados de organização técnico-estética dos paredões, combinando formas contemporâneas de consciência marcadas pela transferência da responsabilidade sobre a vida coletiva para a esfera individual e privada, temperada com a onda “Coach”, com uma matriz romântica novelesca de valorização de sentimentos individuais intensos e genuínos transgressores de barreiras sociais, resistentes aos interesses instrumentais e formas de ilegalidade. O melodrama cristalizado no rádio e nas telenovelas nas lutas pela hegemonia cultural na América Latina, dizia Barbero (2003), carrega em sua linguagem a posição de atrizes e atores socialmente injustiçados, movidos por sentimentos genuínos, como amor, e enquadrados na busca pela superação de condições adversas como a pobreza e interditos transclassistas. Essa narrativa funcionava como uma grade de percepção e de sentido amplamente disponível para interpretar a situação social que viviam os *amantes* de som, mas também como forma de se fazer entender.

Esse contradiscurso colocava no centro dos mecanismos de positivação moral dos *amantes* de som automotivo a realização de propensões individuais, traduzidas sob signo do *hobby* e capturada pelo enredo melodramático como uma questão de justiça social, com o que se esperava fazer interface com a sociedade mais abrangente. Tais investimentos simbólicos tinham fundamento moral objetivo no que Jessé Souza (2018) apontou como uma economia moral de tipo expressivista, onde se ancoravam, em meio ao processo de estigmatização, expectativas de reposicionamento social sobre a livre manifestação do gosto.

Souza deu pouca importância a essa dimensão, privilegiando a utilidade racional-utilitária como eixo principal de hierarquização na sociedade brasileira, deixando assim descoberto o processo através do qual as cidades brasileiras se reorganizam em torno da sua transformação em parques culturais e de consumo (CARLOS, 2015; FARIAS, 2011; LEITE, 2008) e de como o aprofundamento da estetização do cotidiano (FEATHERSTONE, 1995) reposicionou utilidade e autenticidade.

Na teoria bourdieusiana dos estilos de vida, uma das fontes da síntese de Souza, as práticas retiram seu poder distintivo da capacidade de sublimação dos instintos. O maior contraste em relação ao estilo de vida popular está no fato das classes altas cultivarem formas em detrimento da função dos objetos. Pensando dessa forma, as competições de som automotivo, a rivalidade masculina escancarada, a obsessão pela pressão sonora poderiam fazer seus usos pouco distintivos. Entretanto, o *habitus* secundário que Jessé Souza conecta a economia do expressivismo moderno não poderia descrever por completo práticas constituídas em ambientes institucionais marcados pela dilatação dos espaços de expressão das emoções e da excitação. O olhar perito incorporado enquanto se opera uma lista de músicas, bebe, dança, compete com outros aparelhos pelo público e, ainda, observa a presença de autoridades policiais é resultado de uma modelação das pulsões psíquicas que exprime o padrão de autorregulação individual formado sob as condições particulares da configuração sociourbana que deu origem aos paredões. É a expressão singular de um descontrole controlado, muito diferente daquele apontado por Wouters (1986), originado das particularidades da introjeção do controle social exercido pela criminalização do som automotivo na rede tensa de legitimação popular e criminalização institucional em que teve origem.

Isso pode estar na raiz da formação de um padrão de individualização moldado pelo crescimento da exigência de autodeterminação em termos estéticos, ou seja, de estilização da vida, sentida ainda mais por essa fração de empreendedores culturais, mas que se projeta para muitos atores das periferias, e das pressões por sua repressão interna. Não é à toa que o termo *vício* fosse tão recorrente quanto ao da *paixão*.

Uma descrição correta do que seria *vício* pode ser encontrada nas já muitas narrações, seja de Júnior Bebidas, Amilton ou Horácio, do movimento compulsivo de busca por desenvolvimento de seus projetos de som no sentido do aumento da qualidade e potência sonora. Inúmeras discussões em fóruns, busca por tutoriais, compras e mais compras de equipamentos em curtos períodos nas redes sociais, lojas locais e através da internet, venda ou troca de motocicletas e outros artigos de valor elevado e, por fim, dívidas e mais dívidas pessoais ou no cartão de crédito. A compulsão individual ganhou cada vez mais relevância como objeto psicanalítico na modernidade quando as regulações coletivas orquestradas compulsivamente pelas tradições deram lugar cada vez mais à responsabilização dos indivíduos por seus destinos, cada vez mais dependentes, sob a égide dos mercados, de formas de autorregulação reflexiva (GIDDENS, 1997). Quanto a isso, a montagem de som fornecia uma analogia quase perfeita para uma condição em que os *amantes* se sentiam não só responsáveis por seu próprio destino, mas moralmente encarregados de construir esteticamente, o quanto mais autossuficiente possível, como Lucindo, o som dos sonhos.

O processo de montagem se encaixava na metanarrativa da vitória dos indivíduos sobre as provas colocadas pela vida. O *vício* aludido muitas vezes revelava a consciência dessa compulsão em direção ao som ideal, reconhecidas como problemática, seja por desavenças entre parceiros, seja pelas dívidas, que movia os *amantes*, homologamente aos desafios da vida, no sentido do crescimento progressivo dos elementos de grandeza sonora.

A *paixão*, por outro lado, procurava demonstrar a face melodramática e socialmente positiva do som automotivo, concentrando expectativas de que a compreensão do amor pelo som pudesse sustentar a mudança de seu status humano frente a setores sociais mais organizados. Essa aposta figurava na sociodinâmica da estigmatização que envolvia os *amantes* de som, primeiramente, como uma forma de positivar as marcas interiorizadas do estigma de desordeiros e criminosos para atores que representavam o som automotivo,

intentando transformar sua autoimagem para si mesmos; ao mesmo tempo, procurava reverter, por meio de investimentos numa economia moral expressivista, as classificações sociais que ocupavam o limite da respeitabilidade social (homens de bem x criminosos), fontes centrais na atualidade de posicionamento e definição do status humano.

#### 6.4 ENTRE A PAIXÃO E A NECESSIDADE, A POLÍTICA

Já tratei em seções anteriores, principalmente quando falei do trabalho social da equipe *Leões de Aço*, mas também de JP SOM e Brasit, sobre a colocação da ação social de arrecadação e distribuição de alimentos não perecíveis como uma maneira de combater a imagem pública que se criara através dos conflitos em torno da perturbação do sossego. Data de 2015, pelo menos, o registro dessas ações, entre vídeos de Brasit, eventos de JP Som e o processo de reinvestida da equipe *Leões de Aço* nas gincanas.

Numa iniciativa diferente, em março desse mesmo ano, numa entrevista concedida ao ALTV, da emissora Gazeta de Alagoas, que infelizmente não está mais disponível na rede, Brasit liderava uma manifestação de proprietários de Paredões de sons revoltados com a promulgação da lei proposta pelo Vereador Galba Neto (GAZETAWEBa, 2015) a qual endurecia a regulamentação dos aparelhos. Conheci o conteúdo dessa entrevista indiretamente por meio de outra reportagem, que a usava como fonte de informação. Na matéria intitulada “Donos de ‘paredões’ afirmam que estão sendo perseguidos”, veiculada em 10 de março de 2015, era reportada a manifestação que iniciara no bairro do Jaraguá, tradicional espaço de eventos organizados por Brasit, que depois seguiria em carreatas pela orla de Maceió.

Figura 46 - Brasit em matéria para a emissora Gazeta de Alagoas



Imagem: reprodução

“Os manifestantes, que integram o Clube de Sons Automotivos, disseram compreender a importância da lei, mas afirmam que estão sendo perseguidos”. O texto apresentava a manifestação como resultado da organização de donos de paredões e colocava suas reivindicações única e exclusivamente como *hobistas*.

Os praticantes do hobby pedem que as autoridades determinem locais para a prática dos paredões, com prazos e horários estabelecidos. Durante a mobilização, que teve início no estacionamento de Jaraguá, os manifestantes exibiram seus equipamentos e falaram do alto investimento para adquiri-los.

Era um movimento em defesa daqueles que, supostamente, usavam os paredões unicamente como um *hobby*, mostrando que, no início do endurecimento das leis e fiscalizações na capital, as ações e discursos que intentavam a transformação do status humano dos de sons em relação a sociedade abrangente não só foram dirigidos por atores que ocupavam posições num pequeno e médio empresariado do setor de serviços da capital e interiores – a exemplo de Brasit, Ygor, JP, Ygor Bará e administradores de grupos de Facebook – mas também representavam, sobretudo, a si próprios como *hobistas*.

O “alto investimento para adquiri-los” dizia muito mais sobre o ônus desses *amantes*, capazes de gastar muito dinheiro com som, em terem seus equipamentos apreendidos do que propriamente pelas consequências sobre atividades econômicas, do que se procurava dissociar-

se. As expectativas de que a defesa do *hobby* como uma forma de interpelação moral resgatasse a respeitabilidade desses *amantes* circunscrevia-se, assim, a grupos de proprietários mais endinheirados capazes de colocar a *paixão* acima da necessidade, retirando lucros simbólicos de seu valor distintivo, a la Bourdieu (2007), e de cobrir-se com o manto da *paixão* sob o qual residia sentimentos pessoais, manifestações genuínas da individualidade.

Dessa maneira, o discurso da *paixão* dificilmente poderia proteger todos os *amantes* de som automotivo. Mesmo quando Brasit se candidatou à câmara de vereadores de Maceió, um discurso que agregasse a juventude da periferia, a qual marcava presença massiva nos encontros, era inexistente. Na verdade, a tentativa de desviar-se de quaisquer acusações sofridas ao longo dos anos faria Brasit construir uma autoimagem dos aficionados à semelhança de grupos mais privilegiados dentro do som automotivo, eliminando qualquer menção à periferia.

Figura 47 - Brasit candidato à câmara de vereadores de Maceió

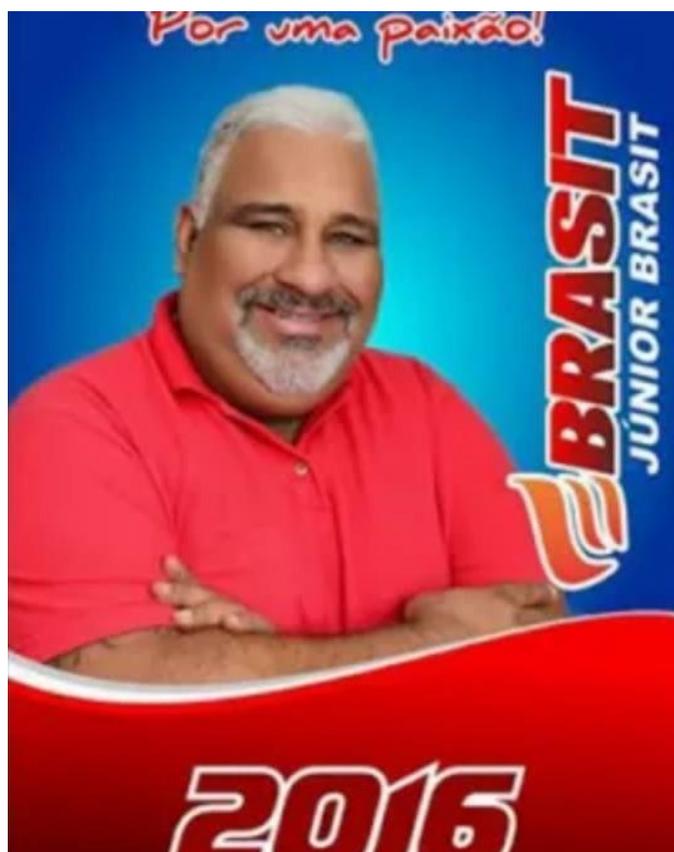


Imagem: Reprodução do Youtube

Figura 48 - Divulgação da candidatura e das propostas de Brasit



Imagem: Reprodução do Youtube

Esse material de campanha foi capturado por mim da tela de um vídeo disponível no Youtube (YOUTUBE, 2016) usado para a divulgação da candidatura e das propostas de Brasit se eleito vereador de Maceió. O vídeo inteiro, com duração de 2min30, mantinha a estratégia discursiva utilizada no adesivo logo acima, criando uma interface entre o cosmo restrito do som automotivo, “Por uma paixão”, e categorias do campo político mais disseminadas, como a defesa do povo. Subjazia, da mesma forma, o elemento melodramático que conferia uma linha narrativa de superação de adversidades imposta pela sociedade. A vinheta de abertura, sobretudo, era especialmente carregada de modalizações discursivas, identificações, responsáveis por construir uma autoimagem coletiva idealizada dos *amantes* de som automotivo.

Música motivacional ao fundo ao estilo “eye of tiger”, do filme Rocky. De um super close no adesivo da campanha preso a um para-brisa, que vai ficando cada vez mais ajustado à tela para que o espectador visualize por completo nome e número do candidato, a imagem muda para o mar azul da praia da Ponta Verde em Maceió, quando dois homens se inclinam para trás num barco à vela olímpica. Após outra transição para a cena na qual uma lancha em alta velocidade cruza as águas de alguma das lagoas próximas à capital, é estampado na tela a peça “Som automotivo não é crime, vão prender ladrão! Eu apoio”, exatamente aquela da imagem de capa de um dos grupos que analisei acima. Entre mais uma transição, surgem três mulheres brancas, de cabelos lisos, ao sol, de óculos escuros posando para uma foto. Elas logo dão lugar

um utilitário preto *rebaixado* e com *rodões*, reluzindo a paisagem em volta. Está escrito em letras grandes, de cima a baixo, “carro baixo não é crime”.

Na sequência, antes do desfecho, um homem com camisa UV, filmado de cima para baixo, pratica Stand Up Paddle, remando lado a lado no mar. A vinheta de apresentação terminava com sequência de tópicos de propostas que seriam alvo da campanha de Brasit: saúde, educação, mobilidade e pavimentação, segurança, caminho que de fato seria abordado no restante da produção. Em sua maior parte, a vinheta procurava associar o som automotivo a atividades esportivas recobertas da nobreza olímpica ou de distinção social, como o Stand Up Paddle ou o passeio de lancha praticados por parcelas da classe média mais endinheirada e dos turistas nas praias alagoanas.

A associação do som automotivo com o esporte, e não apenas com um *hobby* de *apaixonados* por som, ganhou na campanha de Brasit peso nunca antes percebido através das manifestações político-discursivas dos aficionados, seja através das interlocuções, de memes e capas dos grupos do Facebook. Brasit passava então a traduzir, através de seu intento de entrar nos espaços da política institucional, as demandas de *amantes* de som construídas em diálogo com os discursos estigmatizadores para categorias mais usuais no campo político, como a de povo e de esporte.

Um outro vídeo, de fevereiro de 2016 (ASSOCIAÇÃO TUNING ALAGOANA, 2016), disponível em sua página do Facebook, permitiu compreender melhor seu papel na tradução da linguagem dos *amantes* do som automotivo para o espaço da política, uma vez mais obscurecendo as ligações estreitas que o som automotivo desenvolveu com espaços e atores das periferias alagoanas.

Era mais uma curta produção para as redes sociais, com 1min e 6, veiculada também nos grupos de som automotivo do Facebook. Brasit, enquadrado do peito para cima, de camisa com botões de cor branca ou azul bem claro, relógio prateado com detalhes dourados no punho esquerdo, dirigia-se principalmente aos aficionados conclamando sua união para elegê-lo em nome da conquista de espaço para o som automotivo. Sua fala começava da seguinte maneira:

Amigos do som automotivo, eu hesitei em querer entrar na política, até porque não era meu caminho. Mas de tanto ser banalizado, de tanto ser chamado de

maloqueiro, de ser humilhado, eu não suportei e estou aqui nessa luta, estou querendo a vitória, e a vitória é o nosso espaço.

A humilhação, diga-se, confundi-lo com pessoas da mais baixa estima social como os “maloqueiros”, cujo modelo é o jovem negro e delinquente da periferia, mas que se estende para qualquer acusação de anarquia e desordem, justificava “entrar na política”. “Por trás do som automotivo tem homens de bem”, disse algum tempo antes em outra entrevista na TV. Mas aquele era o momento, dizia Brasit, de transformar seu *hobby* em um esporte, e isso dependeria da união dos *amantes* de som automotivo para a conquista de um espaço destinado aos encontros e competições. O empresário mostrava, mais uma vez, a disposição em viabilizar a realização dos encontros que à época começavam a perder regularidade, pondo em risco seus esforços. A partir daí dava para imaginar por que sentia certo ressentimento com os aficionados. Seus 600 votos estavam muito aquém do esperado para o que via e sentia nos eventos e na campanha. Mas apenas incitar a conquista de espaços não era suficiente. Era importante também assumir um compromisso moral com a sociedade.

O som automotivo é apenas o caminho. A gente tem muito trabalho a ser realizado por trás de tudo isso. Temos trabalhos sociais, temos trabalhos com a juventude! Vamos juntos pra essa guerra, vamos juntos para essa batalha. Som automotivo não é crime, é hobby! Vamos fazer essa prática virar esporte.

A relação dos *amantes* de som com categorias sociais que se apresentavam em vulnerabilidade social, os pobres e os jovens, somente era trazida à fala pela face da caridade ou do uso de palavras genéricas como a de juventude, não a grande parte da juventude que ajudava a lotar os eventos que organizava. Com isso, o movimento liderado por Brasit, articulado nas redes sociais com pequenos e médios empresários e os membros dos grupos de Facebook, procurou lapidar uma autoimagem do nós idealizada também através do obscurecimento de dimensões da realidade que os vinculavam a grupos menos prestigiados socialmente. O crescente poder dos movimentos culturais das periferias urbanas nas últimas décadas para construir uma autoimagem positiva desses atores e espaços (RODRIGUES, 2017) não se mostraram, definitivamente, uma via de apoio para as reivindicações desses aficionados à frente das lutas políticas por espaços reservados ao som automotivo. Tanto um discurso

coletivista era descartado pela exaltação da *paixão* quanto a suscetibilidade a discursos de ordem do tipo bandidos vs homens de bem que forneciam categorias sociais do tipo estabelecidos/outsiderepelia qualquer retórica da periferia.

A busca por enobrecimento de parte dos *amantes* obedeceu a esses marcos simbólicos mesmo quando rivalizou com esse registro pretensamente elitista a figura de um trabalhador em busca de seu sustento.

Falei na parte 3 de JP SOM, um técnico de som da cidade de Campo Alegre com que conversei no início de 2020 o qual trabalhava com bandas do estado e migrara para o som automotivo. JP se orgulhava de retirar o sustento de sua família da loja que montara aos poucos nos últimos anos e do aluguel de seu som para festas na cidade e região. JP também organizava encontros e competições, através do que exercia certa liderança no setor entre Arapiraca e São Miguel dos Campos. Como todo *amante* de som, sentia-se “naturalmente” impelido a defender-se da imagem fantasmagórica, invisível e sempre presente, da fama de baderneiro, como chamava.

Meus cliente aí, meus cliente, os usuários que gosta do som, amante de som... tem alguns que gostam de montar o som pra rachar (...) Aí tem um campeonato, ganha troféu, outro ganha dinheiro [considerava uma quantia simbólica]... é um hobby e... no meu termo, assim, a gente já tem outra área, aqueles que monta o som pra curtir mesmo... aí monta o som pra curtir e, assim, o som automotivo hoje, pra mim, é tudo, viu? Foi o que me deu meu sustento até hoje, continua dando, graças a Deus, que a gente vive disso aí, tanto um hobby, um esporte pra gente e um fim lucrativo pra várias pessoas. Hoje se fechasse, hoje, as lojas que vende som automotivo, é muita gente que ficaria desempregada. Tem os imbecis, alguns palhaços que monta o som pra chegar no meio da rua e fazer baderna, aí e não trabalho desse tipo não.

Em primeiro lugar, JP colocava, mais explícita e emotivamente carregado que os outros até aqui retratados, a oposição entre *hobby* e “baderna” como uma questão de conquista da respeitabilidade do *amante* de som. “Imbecis”, “palhaços” exprimiram, muito diferentemente de Brasit e Ygor, modalizações muito menos carregadas de polidez, seja negativa ou positiva (FAIRCLOUGH, 2001, p. 89-131), quando se tratava de diferenciar-se dos supostos verdadeiros baderneiros. A sua condição de instalador o colocava numa posição inclinada para

tanto. As sucessivas regulações impactaram sensivelmente a demanda por serviços de montagem de modo que, diferentemente de Brasit e Ygor, JP tivesse ameaçada sua forma de sustento. Enquanto os empresários podiam expressar indignação quanto às proibições com maior distância de uma condição de franca ameaça à subsistência, JP expressava mais agressivamente o que estava em jogo: ver escorrer pelo ralo seus esforços pessoais e investimentos profissionais empregados no som automotivo nos últimos anos, a principal fonte de renda da sua família.

Embora o *hobby* assumisse ainda nessas falas de JP SOM também posição privilegiada, não só como um argumento de legitimidade, mas na forma de apresentação dos textos, consecução e encadeamento dos períodos, assumindo anterioridade no discurso, outras armas simbólicas ganhavam ainda lugar importante. JP chamava também a atenção, mais enfaticamente, para o impacto da crise do setor gerado pelas proibições para o sustento dos vendedores, técnicos e instaladores de som.

Depois que eu acabo de montar o som, que dura duas três horas, a gente testa quinze minutinhos, já desliga o som, na minha rua não tem bagunça, até porque vai perturbar os vizinhos, tem idosos e tudo, e todo mundo aqui agradece pelo serviço que eu faço, e tem muita gente que... que não concorda, por que? Porque faz zoada, faz barulho? faz! Mas tem que olhar o outro lado: dá emprego a várias pessoas, tem fins lucrativo, tenho família pra cuidar. Se fechar a loja hoje eu vou cuidar da família com quê?

O status de trabalhador, de onde JP procurava retirar uma aura simbólica de respeitabilidade, passava a assumir papel importante nos discursos de defesa do som automotivo na medida que sua popularização significava também o crescimento do setor de exploração de serviços de projeção, instalação, regulagem, aluguel de equipamentos, venda de comidas e bebidas, e trabalhadores dessas áreas passavam a ter sua fonte de renda ameaçada.

Fernando Sound, um instalador de som dono de uma pequena loja no Barro Duro com quem me tive uma interlocução no início de 2020, bairro da parte alta de Maceió, virara profissional seguindo as ondas provocados pelo *boom do som automotivo*. Vou contar um pouco de sua história para mostrar que esse mercado ascendente anos atrás tinha o poder de redirecionar, não planejadamente, projetos profissionais.

Um amigo com quem conversava sobre minha pesquisa tinha me indicado, ainda em 2019, o número de Whatsapp de um conhecido de uma cidade vizinha à Maceió que era dono de paredão para conversarmos. Em vista dos muitos caminhos que explorava na pesquisa, acabei nem o entrevistando. Mas durante algumas conversas, indicou-me o nome de Fernando. “Sabe tudo de som”. Da mesma forma, através de indicação e da apresentação da minha pesquisa por meio do Whatsapp, entrei em contato com Fernando e logo combinamos de nos encontrar em sua loja. Era por volta das 11h quando desci do ônibus no Barro Duro, sol queimando e distorcendo as imagens com o calor do asfalto. Segui o Google Maps para encontrar a loja, uma pequena garagem com um carro parado sobre a calçada. Perguntei por Fernando ao rapaz que mexia no carro, e logo ele saiu do interior da loja para me cumprimentar.

Fernando, 29 anos, de aparência jovial, vestido de calça jeans azul apertada, camiseta baby look vermelha, delineando um físico de academia, cabelos curtos em estilo militar trabalhava no momento em que cheguei sobre uma mesa em um bloco de madeira crua, clara e sem cor, polindo e verificando os cortes; era parte de um projeto de caixote de som encomendado. Interrompia ali o serviço para conversarmos, entre acessórios automotivos, faróis de led, fitas de led decorativas, alto-falantes e um mundo de peças automotivas. Fernando contou que além de projetar e fabricar caixas acústicas, fazia parte da instalação e venda da equipamentos. “O carro chefe da gente agora são as caixas com acabamento em couro, né, caixa com acabamento melhor, visando a estética, e a qualidade do... do... da caixa, né”. O instalador, que era engenheiro, disse que sempre foi bom em montar coisas, mas a instalação de som começou na faculdade de engenharia há mais ou menos 8 anos. Antes disso, nunca tinha tido a experiência. O som era algo novo para ele.

Nessa época, Fernando comprou seu primeiro automóvel, um modesto chevette. Era o tempo do *boom*, e ele e alguns amigos despertaram e passaram a se interessar cada vez mais por som. Sem dinheiro para gastar em um, foi então que usou suas habilidades artesanais e eletrotécnicas para montar seu próprio equipamento no chevette. Os colegas de faculdade ficaram impressionados e, com isso, logo muito interessados em seus serviços. Visto como uma referência em sua rede, sempre aparecia serviços para realizar, pessoas para aconselhar, sons para instalar.

Eu montava em casa, fazia os cortes em caixa em casa, e fui me formando, tipo, brincando com isso, aí chegou o momento que eu não tava mais estagiando na faculdade, tava final de faculdade, aí eu comecei a ganhar dinheiro com essa parte de som, aí fui, fui, me formei, aí peguei aquele espaço da frente pra botar... só pra guardar um material, pra tirar de casa, aí foi acontecendo, foi crescendo, aí a gente tá aqui.

Fernando montou a loja por volta de 2016 depois de se formar em engenharia. De forma semelhante a JP Som, redirecionou sua carreira na esteira do crescimento do mercado de peças e serviços de instalação de som automotivo em Alagoas que se ramificava em várias direções. Quando conversamos, Fernando admitiu que as regulações haviam atrapalhado o crescimento do mercado, principalmente quanto aos sons maiores e mais caros. Era muito mais comum então a procura por equipamentos menores, com menos riscos de serem apreendidos. “Não adianta gastar 5 mil reais numa carrocinha pra deixar parado em casa sem poder usar”. Ele se mantinha, porém, até certo ponto, confortável e seguia firme com sua loja, já que costumava atender a uma clientela mais interessada em sons menores. A narrativa de Fernando ilustra, em poucas linhas, o processo de expansão dos serviços na capital durante o *boom* e a consequente dependência que passa a existir desses negócios em relação às regulamentações e proibições. Embora sua loja não estivesse mal, muitos outros que se especializaram em outros tipos ou processos de montagem passavam por dificuldades.

Nem Brasit nem Ygor deixaram isso passar despercebido. Enquanto amargurava seu insucesso em manter regularmente os eventos após o endurecimento das leis e fiscalizações e, como disse, a falta de união dos *amantes*, Brasit lamentou também a ameaça à subsistência dos muitos empregados que dependiam do *hobby*.

pra você ter uma ideia, em 2015, esse hobby fatu- era recolhido de ICMS eh, 2 milhões e meio, quer dizer, é um ICMS bem relativo, e o país faturava quase 200 milhões só de imposto recolhido na fonte desses equipamentos, isso sem falar do emprego que é dado, né – N: sim – ao instalador do som, ao cara que monta o som. Como o mercado não tem apoio, não só político como até mesmo empresarial, o mercado tende a cair cada vez mais.

Ygor, por outro lado, advogou algumas vezes em nome dos pequenos comércios que giravam em torno da cadeia de produção dos eventos.

a gente sabe que a gente movimenta o comércio, que vem gente... teve eventos aqui de lotar 3 hotéis, né? Fechava as parcerias com os hotéis e eu dizia [sim] ó... ó esgotou aqui não tem mais apartamento... e eu ia pra outro, pra outro. A gente sabe que as lojas, tanto loja de confecção quando tem show, quando tem evento, vende bastante. A gente sabe que os ambulante vende. Então é uma forma de renda, de movimentar a coisa e às vezes a gente não tem o certo apoio que a gente merece.

Mas a legitimidade que o *hobismo* econômica e politicamente desinteressado procurava afirmar costumava se impor entre os dois. Como vimos, Ygor colocava isso ainda mais explicitamente quando associava a “decadência” do som automotivo com a entrada de muitas pessoas que não eram “do meio”, como disse.

Em 2019, o eixo discursivo das manifestações pautado pelo impacto da proibição do som automotivo sobre o comércio de serviços de projeção, instalação, montagem, venda de peças e aluguel de equipamentos que ameaçavam a renda de proprietários de sons, pequenas instaladoras e técnicos empregados já assumia posição importante em relação ao do puro e simples *hobismo* como forma de apelo para as suas reivindicações por espaços livres de fiscalizações. O circuito de encontros, competições e festas que procurei esboçar na parte 4, mesmo que enfraquecido em comparação com a época do *boom*, continuava a mobilizar a rede de serviços de montagem e aluguel, cada vez mais ameaçados pela crise econômica que se instalou no país pós 2016. As manifestações ocorridas em 2019 em Alagoas contra o projeto “Ministério Público conectado a você: perturbação do sossego é escolha sua” promovidas por proprietários e instaladores de som, que aconteceram em São Miguel dos Campos e Maceió, expunham o crescimento do discurso que super enfatizava o papel de sons automotivos para a economia do estado e o status de trabalhador como forma de investimento moral contra uma condição de inferiorização social e cultural, diferentemente do direito de cultivar uma *paixão* pessoal.

De acordo com a organização do encontro, o paredão de som promove cultura ao espalhar o nome de novos artistas musicais por todos os eventos que passam, também promove a economia ao movimentar a compra e venda de material sonoro como os alto falantes, permite a criação de emprego e renda para aqueles que vivem de suas fabricações (VIA ALAGOAS, 2019).

Em Maceió, com Brasit como porta-voz, o anúncio da manifestação na mídia jornalística eletrônica colocava a fonte de renda como meio de sensibilização. “Integrante do movimento dos paredões, Junior Brasit afirma que é a maior necessidade neste momento é que os proprietários dos paredões sejam ouvidos pelo Ministério Público, já que muitos utilizam os aparelhos como fonte de renda” (VIA ALAGOAS, 2019). Quando de sua realização, o discurso do *hobby* estava de volta, mas trazendo a fonte de renda como um elemento a ser destacado, embora secundário. “donos de paredões de som fizeram um protesto 'silencioso', na noite dessa segunda-feira (6), no estacionamento do Jaraguá. Segundo eles, a aparelhagem serve como *hobby* e, para alguns, uma forma de ganhar dinheiro” (GAZETADEALAGOAS, 2019).

Essas manifestações, que ocorreram durante o mês de maio, foram acompanhadas de uma ação legislativa destinada a aprovar espaços públicos livre para o uso do som automotivo. Um Projeto de Lei (CAMARADEMACEIÓ, 2019) era então elaborado pelo Vereador Siderlane Mendonça, da câmara de Maceió, para a liberação desses locais permitidos para o uso dos equipamentos. Siderlane tinha sua base eleitoral no bairro Benedito Bentes, um dos berços do som automotivo na capital, disse Henrique, Diretor da Equipe Leões de Aço. No dia da manifestação no Jaraguá, contou Henrique que Siderlane foi ao local, aparentemente convidado por Brasit, para acompanhar a manifestação. O Diretor contava isso impressionado com a disposição do Vereador em ajudá-los. A forte corrente de suspeitas e estigmatizações lançadas contra os *amantes* de som sempre afastou iniciativas políticas positivas em sua causa.

O contrário sempre foi uma constante. A interdiscursividade com ações que lapidaram a imagem pública do som automotivo manifestada nas palavras de Siderlane, atuando como formas de constrangimento e direcionamento das respostas àqueles perturbados como os encontros e festas, mostrava o delicado manejo das palavras aos jornais para assumir qualquer posição de defesa dos aficionados.

"Vamos apresentar o projeto, para que o município determine locais para o uso desses equipamentos", antecipou Siderlane. O vereador assegurou que a minuta da matéria também foi apresentada ao MP/AL, através do promotor José Antônio Malta Marques, responsável pela operação de combate à poluição sonora, para que o órgão verifique as informações e dê o respaldo legal ao PL. "Concordo plenamente com as ações de combate à poluição sonora que o Ministério Público realiza com base no que preconiza a lei", garantiu (GAZETADEALAGOAS, 2019).

A diversificação da base social e discursiva fundada no impacto da proibição sobre o sustento daqueles que dependiam do som automotivo para viver deslocava a imagem idealizada dos *hobistas* alheios a qualquer interesse utilitário ou político para a figura central do trabalhador dos serviços que compunham a longa cadeia de atos de projeção, instalação, compra e venda de equipamentos e acessórios, alugueis necessários para tornar possíveis encontros, competições e festas. Esse investimento simbólico na legitimação da busca por espaço do som automotivo, entretanto, não escapava da captura pelos discursos jurídico-policiais que os enquadravam como desordeiros. Ele operava na trilha das classificações que passaram a demarcar a respeitabilidade social no contexto das novas formas de gestão da pobreza no Brasil (FELTRAN, 2014).

*Paixão* e necessidade estavam ambos presos nos marcos da distinção entre ordem e desordem que lhes capturava sob o signo da conduta desviante, sempre praticada pelos outros, baderneiros, maloqueiros, mesmo quando praticamente todos os aficionados reconhecessem ter passado por situações de conflito com seu som, ou admitirem, mesmo sem serem perguntados, que seu *hobby* incomodava. Com isso, qualquer argumento que girasse em torno da diversão se mostrou secundário, desvantajoso ou inexistente. As carências por diversão de jovens e adultos das periferias urbanas que alimentavam os encontros, competições e festas ficou quase intocada nas lutas por dignificação. A cultura de periferia, enraizada em muitos movimentos culturais no Brasil mais fortemente após os anos 2000 (RODRIGUES, 2008; 2014; 2017; BARROS, 2009. 2001; TROTTA, 2014; VIANNA, 1990), não aparecia no horizonte da luta política dos *amantes* de som como uma fonte de reconstrução da autoestima e de luta por valor humano nas quais fundavam suas reivindicações, apenas nas ações de algumas equipes menos dispostas a participar da luta política, como a *Leões de Aço*.

Após tentativas fracassadas no passado, os investimentos simbólicos pareciam surtir efeito em 2019, alçando os aficionados mais uma vez na arena da política institucional com o apoio de Siderlane. Ironicamente, isso aconteceria justamente por seu enraizamento nas periferias como modelo de diversão. A demanda por encontros, competições, festas de equipes, de família, de 15 anos, de casamento e raves na capital e nas cidades do interior de alagoas haviam mantido os pequenos serviços de vendedores, instaladores e sons de aluguel. Esse mesmo mercado, que havia crescido nos últimos anos e redirecionado a vida profissional de

homens como JP e Fernando SOM, também tinha sua existência ameaçada pelas proibições e a crise econômica por que ainda passa o país.

Outro caso rápido pode ilustrar essas relações. Certa vez, no final de 2020, em plena pandemia da Covid-19, Jarde, minha esposa, teve que pegar um Uber. O motorista, homem entre 25-30 anos, falava pelos cotovelos. Logo que entrou no carro, começou a reclamar de um cachorro-quente que tinha acabado de comprar numa praça próxima. Estava revoltado porque pagara R\$25,00 e não vinha nem refrigerante! No decorrer da viagem, Jarde começara a se sentir um pouco mal no carro. Fazia muito tempo que não saía de casa para lugares mais distantes. Era um desconforto com relação à sua segurança no Uber. O motorista percebeu e começou a conversar novamente. Contou que morava em Marechal, cidade vizinha à Maceió, e que dirigia para ajudar a pagar as contas. Tinha também outro carro, que usava para trabalhar, mas estava quebrado. Havia colocado ele na oficina de um amigo que lhe cobrou o dobro do serviço que cotara em outra loja. Além do mais, o consertara antes mesmo de falar o preço do serviço. Era um absurdo um amigo fazer isso com ele, mas, disse o amigo, “precisava pagar uma conta”, o que só de lembrar lhe inflamava.

O carro em conserto era importante para sua renda porque era nele que estava o som de mala que alugava. Aniversários, casamentos e festas em geral: lá estava seu som como parte dos muitos microinvestimentos na sobrevivência diária. Por isso era tão necessário “engolir esse sapo” de pagar uma conta absurdamente superfaturada, que muito procurou negociar. Esse conjunto de oportunidades e constrangimentos surgidos da criação de um mercado de serviços diversionais populares e das pressões cotidianas sobre os orçamentos familiares após o endurecimento das fiscalizações e apreensões emoldurava a participação de instaladores e pequenos proprietários que viam no som uma forma mais ou menos segura de ganhar dinheiro.

Mesmo Brasit, no conforto de sua área de lazer com piscina, havia se desfeito do seu som porque, segundo ele, “a crise aí não está fácil”. Na realidade, Brasit demonstrou pouca ou nenhuma esperança de que o som automotivo tivesse algum futuro no estado.

a questão é: hoje a gente, cada dia que passa a população aumenta, e as áreas que a gente antes, que eram áreas inabitadas hoje são áreas habitadas. A tendência é acabar, a tendência é o hobby ser excluído e não vai existir, porque lugares que a gente antes usava e não tinha pessoas morando hoje tem. Então

assim, a população vai crescendo, os ambientes inabitados vão sendo habitados e vai ficando sem espaço, sem espaço, sem espaço, e infelizmente hobby vai chegar à extinção. Isso aí, pode acreditar, a gente caminha pra isso. Ou todo mundo vai ter que ouvir som com fone de ouvido.

(...)

Isso aí vai ficar pro passado, peça de museu. Eu acredito que daqui a cinco anos, por exemplo, a gente vai colocar uma caixa de som na carrocinha como uma peça de museu aí. “Aquela juventude curtia esse tipo de equipamento e tal”.

Brasit dizia isso depois de mais uma derrota na câmara de vereadores, que até então não tinha aprovado o Projeto de Lei de Siderlane Mendonça para liberar espaços para os encontros. A percepção exclusiva que o empresário costumava sustentar do som automotivo como *hobby* praticado por proprietários de som mais endinheirados, sempre ilustrando suas narrativas, todavia, desconsiderava os tensos equilíbrios de poder que se formaram nas periferias e parques de lazer populares os quais ajudavam a dar viabilidade ao mercado do som automotivo e à iniciativa dos muitos *amantes* de sons que nunca levaram seus equipamentos uma vez sequer para os encontros de gigantes, como Horácio há alguns anos atrás.

Esses pequenos proprietários de som eram completamente sub-representados nas lutas por legitimação social e cultural. Sendo assim, o discurso do *hobby* e da *paixão* dizia também muito através da ausência das periferias e dos atores que muito dificilmente participavam de competições, mas ocupavam lugar importante no fenômeno do som automotivo em Alagoas. Devo mostrar, a partir de agora, que criação de uma autoimagem positiva por setores dos *amantes* de som automotivo centrada no *hobista apaixonado*, uma representação autocentrada em empresários, assumia nas lutas internas o papel de mecanismos de divisão e exclusão de outros aficionados imersos nas dinâmicas competitivas por honra social.

## 6.5 INFLUENTES, ENDINHEIRADOS, EDUCADOS E EXCLUSIVOS

“Coisa de empresário”. Era o que eu mais costumava ouvir dos aficionados, dito de modo um tanto distante da realidade da maioria, quando perguntava a quem pertencia os paredões renomados que lhes serviam como referência de *apaixonados* por som. O Caminhão

Pancada de Alagoas, que havia digladiado com o Tsunami Rosa e Carreta Treme-Treme, esses dois últimos de fora do estado, era propriedade de “dois ou três empresários”, imaginava Amilton sem saber ao certo.

Amilton era aquele jovem dono de um depósito de bebidas que apresentei na parte 1 e que até então, tendo abandonado o *hobby*, ainda mantinha a má fama de raparigueiro. Quando falava do que considerava um bom paredão, tinha algum empresário na ponta da língua para quem dinheiro não parecia ser grande problema. “Sabe onde é o picolé caicó, né? (...) vizinho ao menezão. Os dois irmãos de lá tem um som da porra. Som de... a gente chama de paredinha, né, som com quatro grave, né. Som do cranco!”. Fernando Sound pensava parecido. Quem tinha um som estilo “carrocinha”, ou seja, paredões e paredinhas, estava acima da necessidade. Paredões eram supérfluos, um luxo. A maioria de seus clientes preocupava-se, ao contrário, em não arrancar o banco traseiro e tornar o porta-malas operacional, removendo o seu som quando necessário para o cotidiano da família.

Só mesmo alguns *apaixonados* cometeriam a loucura de exceder a essa regra. “Tem deles que preferem botar um som em vez de trocar o carro (risos)”. Isso era muito diferente daqueles que tinham som de carrocinha, dizia. Esses, entre os quais “engenheiros, donos de lojas, lava-jatos”, empreendimentos de todo tipo, às vezes tinham dois sons, um para sair e outro para ficar em casa. Eram os que mereciam ser chamados de competidores, pois gastavam muito dinheiro em equipamentos de qualidade, uma minoria difícil de ser alcançada. Perpassava a pensamento de Fernando a ideia de que, no som automotivo, apesar da figura de alguns loucos, a posse de um som de carrocinha obedecia rigorosamente a autorregulação financeira estrita e disciplinada do *homo economicus* (BOURDIEU, 1996).

Ao bem da verdade, porém, os paredões pertenciam a uma gama bem mais variada de proprietários. Sempre que conhecia alguém que tinha algum desses aparelhos, na capital e nos interiores, nas redes sociais, nos eventos ou em algum comentário casual procurava anotar no caderno de campo o que fazia, resultando ao fim em uma lista mais ou menos extensa. Devo aproximá-los ou separá-los no quadro abaixo não só para tornar um pouco mais concreta essa relação entre paredões e o tipo de empresariado a que pertencem, mas para evidenciar tipos sociais incongruentes com essa afinidade.

Quadro 1 - Divisão de donos de paredões

<b>Donos de Paredões</b>
Filhos de grandes fazendeiros
Dono de grande distribuidora de alimentos; de uma rede de supermercado popular; donos de depósitos de bebidas de grande, médio e pequeno porte; de lojas de confecções; de equipadoras de carro; de instaladoras de som; de casa de rações e peixes; de padaria; de fornecedor de gelo; de loja de eletrodomésticos; de fornecedor de bebidas; de lava-jato; de moto peças; produtora de eventos de som automotivo e outros.
Engenheiros civis e eletrônicos.
técnicos de nível médio em eletrônica; técnico de nível médio de operadora telefônica; educador físico formado e professor de futebol; técnico-administrativo; mecânico servidor de uma prefeitura do interior; administrador formado que tem empresa de projeção de som automotivo; auxiliar administrativo; negociante popular de carros e som; vendedor do Magazine Luiza; vendedor da Hering; técnico-administrativo de loja de pneus; motorista de táxi; motorista de Uber.

Fonte: O autor (2021)

Indo a um encontro de paredões, não era difícil acreditar que esse universo estava restrito a alguns proprietários de negócios de diversas cidades do estado. Emparelhados, os paredões costumavam exibir nos visores digitais, quando não seus apelidos, como “Batom de Rapariga”, os nomes das empresas de seus proprietários, “Irmãos JB”, “Hora Extra Boutique”, “Paredão Empório”, “Paredão Mix Calçados”, “Paredão TecSystems”, “Paredinha Comercial Alvares”, “Paredinha Irmãos JB”. Isso fazia os encontros muitas vezes parecerem um clube de empresários. Fora dos encontros, entretanto, os tipos sociais proprietários de paredões eram muito mais diversos do que podia caber na classe já muito variada de empresários, a maioria com comércios de pequeno e médio porte, abarcando desde técnicos de nível médio, professores a vendedores.

Essa distribuição menos centralizada dos donos de paredões certamente não significava a participação de qualquer um no panteão dos grandes equipamentos. Já vimos que a maioria dos *amantes* de som evitavam levar seus equipamentos para os encontros com receio de serem derrotados, humilhados ou sequer ouvidos. Mas mostrava, por outro lado, que a fabricação

política de uma autoimagem positiva criada para elevar a autoestima grupal tinha um alcance muito curto face a maior diferenciação social do som automotivo. No que diz respeito a isso, é importante considerar que uma prática defendida por alguns setores dos aficionados como completamente desinteressada, organizada em associações, clube de proprietários e dependente de somas consideráveis de dinheiro para enobrecer os *amantes* de som não só fosse investida nas lutas por legitimação cultural com outros setores sociais, mas também, e sobretudo, sobre os próprios *amantes* de som.

Quando iniciei uma conversa com Amilton, demorou uma única questão apenas para que começasse a defender seu antigo *hobby* contra possíveis investidas críticas, certamente imaginadas por ele, de minha parte.

porque na verdade som automotivo é um hobby, né, só que... o governo não aprova, acha que é maloqueiragem e tal, porque... na realidade é maloqueiragem pra quem não sabe usar, né, porque a gente que gosta mesmo de som automotivo, que... a gente que tem isso como um hobby, geralmente quem tem mesmo é muita gente de influência, gente formado, né, que tem sua faculdade, que tem seu trabalho, é independente. Viu Nido, geralmente quem tem som automotivo, a gente que tem como hobby, né, maioria do pessoal de uma classe média alta, porque na realidade, o custo do som automotivo é caro, tudo é caro, né?

(...)

Aí geralmente a gente que tem hobby, a gente que gosta, a gente num ligava em canto pra incomodar. Procurava um canto mais reservado, uma praia, ou um carnaval, ou um sítio, né, uma fazenda. [...] Agora tem muita gente que gosta de bagunçar, né? Chega com som... até no carnaval mesmo, não sabe respeitar o próximo, aí chega, vê você com som, aí quer ligar na sua frente, porque acha até porque tem um som maior acha que é melhor e não é, né, porque é falta de educação, né?

Amilton era muito claro quando procurava responder à interpelação moral que sempre se lançava sobre aos *amantes* de som. Não era qualquer um que era *hobista*. Superpunha a estes *amantes* verdadeiros “gente de influência”, de “classe média alta”, “educados” e dignos de representar os *amantes* como prova de merecimento de sua dignificação social. Brasit era um de suas referências.

Para Amilton, o som automotivo era um *hobby* que se realizava plenamente em meio à classe média alta, capaz tanto de se distanciar das áreas residenciais, de procurar “um canto mais reservado”, quanto de custear uma atividade não lucrativa e inútil do ponto de vista utilitário – aquele atributo básico que Bourdieu (2002) apontou como a fonte da distinção de classes objetiva e subjetivamente distantes das necessidades materiais. Esses homens endinheirados não teriam, segundo o que falava, nem índole nem motivos para incomodar as pessoas, e o jovem pequeno empresário via-se, às vezes de forma categórica (“a gente que tem isso como um *hobby*”), às vezes criando distâncias, terceirizando sujeitos (“geralmente quem tem mesmo é muita gente de influência”), participando dessa classe idealizada de *hobistas apaixonados* – no duplo sentido de categoria de atividade social e de condições de existência privilegiadas. Eles sustentavam uma superioridade moral de que seu sucesso profissional, educação e civilidade deveriam servir como sinais inconfundíveis.

Contraditoriamente, porém, embora gostasse de pensar que fazia parte dos melhores, Amilton deixou claro que não tinha “dinheiro para gastar” com o som que desejasse, nunca fizera faculdade e havia se envolvido em algumas confusões no passado. Seu antigo som funcionava então como a maior evidência que tinha do pertencimento a esse grupo: era um som de “carrocinha”, ou quase! Montado progressivamente ao longo dos anos sobre a carroceria de seu utilitário, Amilton acreditava, por aproximação, possuir um sinal para tanto.

era como se fosse de carrocinha, né, porque era uma saveiro, entendeu [...] mas os aparelhos ficavam tudo dentro do carro. Tinha mesazinha, aquela mesazinha para regular o som, tá entendendo? Aí era tipo... vamo dizer que som de carrocinha, né? Só que com um projeto pequeno aqui, mas os equipamentos de qualidade, tudo de... de última geração, do... do... do tempo, né? eu sempre colocava os melhores equipamentos, né.

Esses *amantes* idealizados funcionavam como uma fonte de fortalecimento da autoestima pessoal e grupal para Amilton. O ideal dos *hobistas* desinteressados, educados, trazia-lhe, na minha presença, a proteção moral contra as marcas criadas pelos conflitos urbanos com que o som automotivo tinha se envolvido.

Em *Os Estabelecidos e o Outsiders* (2001), Norbert Elias chamava a atenção para o fato de que, na sociodinâmica da estigmatização que se desenvolvera no bairro de Winston Parva, a

pequena fração de famílias “problemáticas” em relação a toda sua população, composta de moradores mais recentes, dava à divisão 3 do bairro a fama de gente de menor valor humano, mesmo que não tivessem qualquer diferença sociológica importante em relação às outras duas divisões. Estes, grupos mais antigos, organizados e, por isso, com o monopólio dos recursos de poder na comunidade, podiam, efetivamente, sustentar uma autoimagem de superioridade e lançar discursos estigmatizadores sobre o que podia se chamar de “beco dos ratos”.

No caso que apresento aqui, é curioso que eu nunca tenha encontrado algum aficionado que não tivesse, em algum momento, perturbado alguém com seu som. O tangenciamento ao tema das confusões posto pelos *amantes* nunca demorava muito. Acabavam revelando sua participação em alguma contenda. Os mais diretos preferiam assumir o incômodo e lutar por um espaço adequado. O som automotivo se revelou um fenômeno eminentemente urbano e dependente do público das periferias, das ruas, dos parques de lazer e diversão, como as praias, e como dizia Brasit, era cada vez mais inevitável incomodar. Mas a figura de “homens de bem”, educados, ordeiros ou qualquer nome aparentado sempre invadia a cena pública contra os “maloqueiros”, “baderneiros”, “mal-educados”.

A figura dos “filhinhos de papai”, bem como qualquer um que perdesse o controle na bebedeira poderiam encarnar, um tanto frouxamente, esses adjetivos para Amilton.

A – tem gente que sabe usar o som automotivo da maneira que não incomode ninguém, e também da mesma maneira que tem muito maloqueiro, muito... muito maloqueiro, né? Filhinho de papai que chega, faz um som...

**N – quem é essa galera que não sabe usar?**

A – não, geralmente pra dizer assim num... num... é muito relativo, entendeu? Da mesma coisa que tem gente que sabe beber num bar e não arruma problema, tem gente que bebe e arruma problema. Só que a gente que gosta de som automotivo mesmo, a gente, em todo o estado, a gente sempre tava nas manifestações na internet que a gente... tudo bem, a gente queria que fosse proibido, tudo, mas a gente queria um espaço em todo o estado, um espaço que a prefeitura cedesse um espaço que a gente pudesse fazer esse evento, né.

Os filhinhos de papai, que tinham dinheiro para montar um som, mas não a *paixão* e o respeito que acreditava ser qualidades dos verdadeiros *amantes* de som, e qualquer um que pudesse perder o controle em um bar não partilhavam o som automotivo como um *hobby*.

Aqueles que não se encaixavam como *hobistas* não se importavam com regras de convivência internas ou externas ao grupo.

Como nas descrições de Elias (2002), a criação de uma autoimagem do nós altamente carregada de idealizações criadas por círculos mais bem posicionados em espaços políticos, mas aqui sobre fortes pressões igualmente direcionadas para a diminuição de seu valor, forneciam subsídios para Amilton administrar o impacto sobre o *sef* do estigma de criminoso que as crescentes operações policiais colocavam à prova.

“Em todo o estado a gente queria um espaço pra ligar o som automotivo, né? Queriam dizer que som automotivo é crime. Som automotivo não é crime, não! Som automotivo né crime não, mas é julgado como um crime, julgado como um crime, né”. Assim, uma pequena fração de *amantes* de sons enredados na luta política pela transformação da sua imagem pública, da qual Amilton fez parte, logrou criar um ideal dos nós que contribuiu para o resgate do sentimento de dignidade constantemente ameaçada pelo status de criminoso.

## 6.6 QUEM TEM MAIS SOM CHORA MENOS

Quando se tratava, porém, da relação com outros aficionados, ao invés de aplacar os estigmas colocados sobre os *amantes* de som, a idealização desse grupo de empresários e profissionais liberais do qual Amilton se sentia ambigualmente pertencente fornecia uma imagem de superioridade social sobre outros igualmente *apaixonados* fundada no dinheiro, nos equipamentos caros e no seu papel para a defesa da honra masculina através dos rachas. É sobre a força dessa imagem de superioridade social sobre os *amantes* de som automotivo e sua construção nas últimas décadas que irei explorar a partir de agora.

Apenas quem podia bancar uma montagem de um som participava desse *hobby*, dizia Amilton. “Tudo é caro, né, fiação é caro. A gente vai fazer uma fiação, gasta em torno de uns 300 reais, dependendo, se for um som de mala, né, (...) aí vem projeto de... que é aquelas... as caixas, que a gente faz com o marceneiro, é tudo planejado”. Mas não estava em jogo nas competições apenas pagar o preço da diversão em dinheiro. Como sabemos, Amilton

participava de *rachas* nos eventos. Para tanto, a manutenção da competitividade nos grandes encontros, através da compra compulsiva de equipamentos, custava-lhe também arriscar algo como sua honra. Era nos termos de uma economia da honra que traduzia os objetivos dos investimentos constantes no seu som:

A gente... ia pra um evento de competição, aí tinha uma pessoa com um som melhor, né, outra pessoa com o som melhor e a gente com um som inferior, a gente começava a gastar, começava a aumentar até ficar num padrão de som que... a gente fosse pro evento e não passasse vergonha, né? Chegava nos canto aí tal, ligava, o concorrente ligava lá, a gente ligava aqui também, todos os dois tocava e ninguém passava vergonha pra ninguém, né?

Não ter seu som engolido pelos dos concorrentes era a preocupação que o mantinha sempre gastando com equipamentos, e, para ele, isso não era para qualquer um. Nos encontros, nem todo mundo poderia entrar nesse jogo sem ter sua honra ferida por um completo apagamento do seu equipamento pelos outros presentes. No Arapiraca Show Car, percebi que, antes de tudo, o que estava em jogo era fazer-se presente, ocupar algum espaço no cruzamento de ondas sonoras multidirecionadas. O limite mínimo da respeitabilidade era equiparar-se à maioria dos competidores de modo a não ter seu som completamente neutralizado no cenário de emparelhamento de paredes e sons de mala.

A configuração sociotécnica e espacial do evento deve servir para contextualizar essas preocupações de Amilton. O emparelhamento, antes mesmo que o confronto direto, era a forma mais “natural” de acomodar os sons à medida que os proprietários iam chegando. Paredões procuravam ficar ao lado de paredes, sons de mala ao lado de sons de mala. E quem não queria ficar absolutamente imperceptível no espaço procurava mesmo distância de equipamentos mais robustos.

Figura 49 - O emparelhamento de sons de mala no Arapiraca Show Car



Foto: Nido Farias

Lado a lado, mas também, inevitavelmente, frente a frente, cada aparelho deveria demarcar, o quanto mais próximo dos falantes melhor, uma barreira sonora contra outras circundantes. Para alguns, como foi o caso de Júnior Bebidas, da criação de um espaço circunscrito ao alcance do som dependia a autonomia do grupo que levaria para o evento. Eram alguns casais, amigos e amigas em volta da mesa alta em que se serviam das bebidas. Júnior, mais ou menos no centro do terreno, operava quatro paradinhas conjugadas, tocando a mesma música. Aquilo lhe permitia, num espaço maior de alcance, ouvir a sua música em detrimento da dezena de sons que o circundavam. Traduzia-se ali a imagem formulada um século atrás com a eficácia fundante da identidade nordestina de que o homem e, mais propriamente, a macheza, o vigor, a resistência eram os elementos centrais da definição sociopsíquica do seu povo, homem ou mulher, e das causas de suas conquistas (JÚNIOR, 2013). Nos eventos, esses traços ganham centralidade, muito embora sublimados pela mediação técnica.

Sem participar propriamente de um *racha*, Júnior competia para impor suas condições aos outros sons presentes. A mínima participação nos eventos requeria, enfim, a equiparar-se, através das experiências vividas a cada edição e nas redes de informação que as comunidades,

grupos e sites forneciam, à força e desempenho médio dos frequentadores de encontros e competições deste tipo sob a pena, usando as palavras de Amilton e outros *amantes*, de “passar vergonha”.

Figura 50 - As paredinhas conjugadas por Júnior Bebidas.



Foto: Nido Farias

A dinâmica desses eventos, especialmente dos rachas como forma mais agressiva de competição, trazia consigo uma imbricação muito específica entre a capacidade de investir constantemente em equipamentos e a manutenção da honra através de lutas por territorialidade, provas de força, potência e vigor masculinos. Era bem isso que os *rachas* significavam: neutralizar as ondas emitidas pelo equipamento dos oponentes, sugando a energia dos geradores, mantendo-se até o fim em potência máxima como prova de resistência, o que fazia alguns componentes literalmente ferverem e pifarem, levando, muitas vezes, o oponente mais forte à derrota. Para evitar essa desonra, o gasto de muito dinheiro era a narrativa mais comum, como Amilton não nos deixou esquecer.

Também por compreender prática e, muitas vezes, teoricamente o papel do investimento constante em equipamentos para manutenção do padrão médio de competitividade nos eventos que esses aficionados não titubeavam em apontar empresários como proprietários de sons de referência. Sem dinheiro não se fazia quase nada, afinal, o dinheiro comprava também os serviços dos melhores técnicos e instaladores.

Brasit, Amilton, Júnior, todos eles tinham instaladores a quem confiavam a projeção, montagem e regulagem de seus sons. Eram sempre homens considerados virtuosos, fontes de aconselhamentos e de muita competência. Mas era preciso perguntar sobre isso para conhecer qualquer coisa a respeito, porque nas nossas interlocuções o som assumia o papel de extensão do *hobista*, única e exclusivamente. Não se falava nunca “meu instalador sugeriu isso ou aquilo”, mas “botei dois graves, quatro médios...”. A narrativa da montagem era sempre um conto de ficção marcado pela ilusão da unidade da identidade individual tão trabalhada na estilização dos paredões (LAHIRE, 2002).

O obscurecimento discursivo dos instaladores na luta pela descriminalização do som automotivo encontrava um paralelo nas narrativas de montagem e competição de sons. Nestas, não se costumava premiar os técnicos. Os troféus não eram compartilhados entre proprietário e projetor, instalador, regulador. O máximo que ocorria era sua fama ser construída indiretamente através dos proprietários. “Se eu monto um som, eu vou dizer pra todo mundo onde eu montei, isso é uma mídia fora do comum. Poxa, eu montei o som na casa ali de fulano, quer dizer, você é um competidor, o pessoal que não é profissional, que é amador, vai seguir você”, disse Brasit. Quanto mais as equipes iam perdendo expressividade, pós 2017, e padrões de competição voltados para análises abstratas desapareciam suplantadas pelos rachas, mais isso se tornava forte.

Os técnicos, porém, eram figuras essenciais à manutenção da competitividade, e não só porque operacionalizavam a instalação. Procurei mostrar ao longo do trabalho que conversar com esses *hobistas* era parecido com dialogar com experts em qualquer atividade protegida por uma barreira de conceitos especializados contra entendimento de “leigos” (BOURDIEU, 2004; HENNION, 2011). Entretanto, os técnicos eram donos da virtuosidade que traria segurança quando emparelhado ou confrontado com outro som. Júnior Bebidas tinha um técnico de preferência,

Henrique<sup>40</sup>. Só confiava seu som de estimação a ele. O empresário depositava nele confiança nas suas habilidades pessoais fora do comum no que dizia respeito, especialmente, à regulagem de som. Após montado, tendo falantes, cornetas, twiters, módulos, fontes \instalados, era necessário equalizar os componentes emissores de ondas entre si para que cada faixa de frequências fosse representada de forma equânime. Quando tocado, essas frequências deveriam encontrar o mesmo limite num histograma. Na última década, o RTA (Real Time Analysis), software de equalização que afere frequências reais emitidas diretamente dos falantes, passou a ser a forma mais exata e segura de regulagem. Mas Henrique fazia isso de ouvido com excelência, dizia Júnior. E não vivia disso profissionalmente. Exercia essa virtude quando dava e vinha ganhando nome com seu *hobby* de regulagem e aconselhamento técnico. Amilton, da mesma forma, dependia do aconselhamento para mexer no seu som.

quando eu queria aumentar alguma coisa, quando eu queria aumentar, pra você aumentar, tipo, se você vai colocar mais dois graves, um exemplo, aí você já tem que mexer, já tem que colocar mais bateria, já tem que colocar outro módulo. Eu sempre perguntava a ele, né. Ele me aconselhava o que era pra colocar, o que era necessário e tal, “coloque isso, coloque aquilo”, aí eu agia dessa maneira aqui.

O emprego compulsivo de dinheiro na compra de peças e dos serviços desses muitos instaladores que gravaram nos seus nomes a sua autoridade – JP Som, Ronaldo Som, Júnior Som, Zoeira Som, Fernando Som – eram peça-chave para manter a capacidade de fazer-se presente nos eventos, dominar territórios e obliterar o som dos oponentes. “Quem tem mais som chora menos”, disse Brasit deixando isso bem claro.

Falei de Horácio nas partes 4 e 5, um técnico-administrativo do estado, morador de um bairro de uma semiperiferia da capital que desenvolvera uma série de artifícios discursivos para proteger-se da imagem de desordeiros que as autoridades impunham. Curiosamente, Horácio decidira montar seu som, anos atrás, na Praia da Sereia, aquela ilha de permissividade de que falei mais atrás. Esse momento ficou bem-marcado na sua memória.

---

<sup>40</sup> Nome fictício.

Em certo momento, eu na praia do mirante da sereia, ouvindo meu sonzinho com a namorada e amigos, aí chegou dois rapazes aí com um carro bem mais moderno que o meu e um som bem mais moderno que o meu, levantou o equipamento, e aí, mesmo estando no mesmo bar, um restaurante, o cara não quis nem saber, e aí ligou o som, ficou aquela zoada terrível ultrapassando meu som, eu aumentei também, passou toda a qualidade do som, e daí então eu pus na minha cabeça: eu vou montar um som para mim de vergonha. Foi quando eu resolvi ehh... começar a comprar os equipamentos pela internet. Aí eu comprava um equipamento, vinha, eu pagava... resumo, eu passei em torno de dois anos/dois anos e meio para montar o som que eu queria.

O projeto de som de Horácio havia sido inspirado pelo sentimento de ultraje que relatou no bar. Não gostava de competir, afirmou enfaticamente mais de uma vez. Mesmo que tivesse um equipamento que necessitava de quatro baterias de caminhão para funcionar plenamente, todo esse poder tinha como principal objetivo o de não mais “passar vergonha” na frente da namorada, dos amigos e dos clientes do restaurante novamente. Esses circuitos populares que se montaram em torno dos aparelhos culturais urbanos nas cidades alagoanas, diga-se, a configuração de espaços moldados pela regulação dos aficionados e sua busca por zonas livres de criminalização, eram, além dos eventos, também arenas de disputas simbólicas. Elas envolviam a busca por respeito através da imagem de superioridade fornecida pela cultura do paredão que articulava potência masculina e econômica, inextricavelmente envolvidas na produção de tensões no tecido urbano pelas festas e rachas de som.

O batismo de Horácio na praia da Sereia, que o colocaria no movimento compulsivo de compra de peças e mais peças de som, veio acompanhado também de certo ressentimento quanto ao grupo de aficionados endinheirados que montava som para competir. Como Fernando Sound, fazia corresponder o fato de se ter muito dinheiro para investir em som e ser um competidor. Em relação a estes, via-se como uma pessoa não só mais humilde, mas também muito melhor. Possuía até uma teoria própria sobre as competições de som automotivo e seu fundamento social.

parceiro é o seguinte, no mundo que a gente vive o que predomina é o capitalismo. Existem três coisas no mundo que chamam muita atenção do ser humano, chama-se dinheiro, em primeiro lugar, fama, que é poder, que é sinônimo de poder e sucesso, e mulher. Então nos paredões, os caras vão para

competir nos eventos e competem por categoria – som de mala, paredões médios, paredões grandes. O que acontece, o indivíduo que ganha, pela qualidade do som e pelo volume do som, ele ganha um prêmio, que normalmente é irrisório. Mas o fato de ele mostrar para o povo, e alimentar o ego dele, ele alimenta uma sensação de poder, que ele é o melhor. Tem mais mulheres ao redor do som dele, o equipamento dele é melhor... se o equipamento dele é melhor, transmite pra... pra... pra... o restante que tá competindo que ele tem mais dinheiro, então é por aí... além de gostar de música, como todo mundo gosta. As mulheres vão porque gosta de tá rebolando a raba, e os homens vão por questão de poder: eu posso, eu tenho mais dinheiro, eu tenho um som melhor, entendeu, eu tô mais atualizado, e é por aí...

Horácio lançava, com isso, elementos de uma economia simbólica – acentuadamente materialista e androcêntrica – a respeito das competições que dizia muito sobre o que estava em jogo, embora menos por seu valor cognitivo que pela posição a partir da qual ela fora gerada. As grades de percepção com que descreveu a situação na praia a Sereia fora capturada pelo mundo concebido, criticamente mais tarde, como regido pelo dinheiro, pela fama e pela atração de mulheres. Sua crítica, porém, não transcendia o microcosmo das disputas, mas, muito pelo contrário, ainda os posicionava nelas. Operava como um transcendental histórico à la Bourdieu. Por mais que não fosse sua intenção competir, colocando-se como um negativo das figuras que desaprovava, era com elas que trocava avaliações, física e virtualmente, e contra elas que traçava estratégias práticas para se posicionar, mediante o compartilhamento de topografias sociais, regras e princípios técnico-estéticos, nos percursos compartilhados pelos *amantes* ante proprietários mais endinheirados, com sons maiores e carros mais modernos. Horácio, imerso nesse campo de forças, realizava com sua teoria, diria Bourdieu (2007), uma tomada de posição na condição desprivilegiada que procurava ultrapassar.

O *amante* ressentido mostrou que subjazia às competições por troféus nos encontros da “elite” do som automotivo toda uma trama de disputas simbólicas que colocavam em jogo, como bem falou, muito mais que as premiações, embora sua resposta tenha sido reducionista. Surgiu dessas tramas costuradas nas cidades espaços de lutas simbólicas entre *amantes* de som mais ou menos integrados pelas competições e por meios de comunicação digital, na qual ele mesmo estava inserido, em que a legitimação popular e a ampliação de espaços de valorização contribuíram para intensificar a necessidade de posicionamento de uns ante os outros.

Era por isso que no Arapiraca Show Car pouca atenção se dava às mulheres. As competições de som automotivo mostravam de forma mais pura sociabilidades descontínuas no cotidiano das cidades que rearticulava respeito, honra masculina e status de classe sob a imagem-guia desse estilo de vida festeiro. Este manifestava uma reelaboração estética e prática da tradição da macheza do homem nordestino, tão claramente reconstruída por Júnior (2013). Tendo por fim se assumido urbana e moderna, civilizava-se, sublimando as provas de força física em disputas simbólicas, os *rachas*, muito mais caras ao exercício do poder no meio urbano. Os encontros e competições explodiram em Alagoas como resultado da pressão mútua dos competidores por formas de consagração simbólica que passaram a se tornar relevantes como imagem de superioridade social entre homens, construindo canais de valorização e exclusão de atores das periferias e de zonas liminares entre baixas classes médias e populares. O débito de Horácio para com seu som antigo, ficou claro, já resultava das pressões exercidas por esses campos de lutas muito desiguais.

Na parte 3, remontei trabalhos de Trotta (2012) e Costa (2014) que mostram como os paredões de som fizeram parte do processo de modernização dos atributos da masculinidade que espelhava o homem do campo convertidos, a partir da década de 1990, em potência eletrificada, farras, narrativas amorosas e provas de macheza através da ingestão de bebidas alcoólicas. Esses trabalhos perpassam ou se inscrevem diretamente num conjunto de pesquisas mais vastas que encontraram no cruzamento entre música e gênero lugar privilegiado para, entre outras coisas, compreender como têm se reconfigurado padrões hegemônicos de masculinidade no Brasil atual através da influência de uma cultura hedonista (MIZRAHI, 2018, PINHO, 2016, NASCIMENTO, 2016). Esforços desse tipo contribuem para reconhecer o poder explicativo do gênero como fator independente da classe, se não ontologicamente, pelo menos analiticamente, evocando cruzamentos e superposições entre essas duas dimensões para a constituição das estruturas de poder nas sociedades contemporâneas. É exatamente no terreno ainda enevoado desses cruzamentos que, desde a geração de 1960-70, se coloca o desafio da teoria feminista, reascendido sob perspectiva da interseccionalidade entre raça, gênero e classe (YOUNG, 1981; COLLINS, 2015; DAVIS, 2016; MIGUEL, 2018). As lógicas de competição do som automotivo desempenham papel de costura entre as duas dimensões.

Os cruzamentos entre classe e masculinidade perpassam o poder de alguns autodenominados *hobistas* de imporem, através do domínio de grupos virtuais e da participação privilegiada em redes políticas, a imagem do *amante* do som automotivo a partir de idealizações do nós centradas na figura de empresários de médio porte, alguns em condições limiars com as classes populares, e engenheiros, excluindo por um tempo outros atores e expressões nas lutas pela sua positivação moral. Esses grupos, que participam e dominam os eventos de maior expressão do estado, também são aqueles que sustentam, para *amantes* de som como Horácio, as condições de imporem sua superioridade econômica e moral sobre outros aficionados. Eles acabam definindo os padrões técnico-estéticos a partir dos quais um aficionado deveria se orientar para não ter seu som obliterado em um encontro casual em uma praia ou bar de qualquer cidade, enchendo-o de vergonha na frente de outros proprietários, namorada, amigas e amigos.

Cruzam-se, assim, dois processos fortemente imbricados e mutuamente reforçados na formação dos circuitos populares de som automotivo: as lutas pela sedimentação simbólica de posições de classe entre frações médias do empresariado do setor de serviços em meio a transformações da política econômica, social e cultural das cidades alagoanas no sentido do reordenamento urbano em torno da cultura e da diversão; e as lutas pela redefinição de padrões de expressão da masculinidade ocorridas no processo de conversão da matriz simbólica da macheza do mundo rural para o urbano marcadamente hedonista. É, por fim, sobre aspectos desse processo que considero chave que irei finalizar esta parte.

## 6.7 SOM AUTOMOTIVO ENTRE FRONTEIRAS

Nesta seção final, proponho uma interpretação da gênese dessas lutas simbólicas que envolvem o som automotivo em Alagoas no cruzamento entre distintas lógicas de poder a partir de compreensão desses aparelhos como artefatos figuracionais. Com isso quero dizer que paredões de som, paredinhas e sons de mala possuem em sua configuração técnico-sonora e estética a marca dos processos sociais por meio dos quais foram gerados ao longo das últimas três décadas. Eles resultam de uma moldagem relacional e não determinística de sistemas sociotécnicos (RÜDIGER, 2007; CASTELLS, 2019) alicerçadas no desenvolvimento de longa duração de tradições sociossimbólicas no Nordeste.

Em Maceió, em meados da década de 1990, a fixação por som automotivo era uma marca distintiva dos playboys na geração dos meus irmãos, adolescentes à época. Mudamos do interior do estado para morar no bairro da Pajuçara, orla da capital, em 1993. Eu tinha 10 anos, meu irmão mais velho 15 e minha irmã 13. Passados 2-3 anos, eles já tinham uma rede forte de amizades, paqueras e colegas, que se intitulavam “os Superamigos”, os quais tinham como centro de sociabilidades o Estrela do Amanhã, edifício onde eu e meus irmãos e boa parte “da galera” morava. Outra razão para o prédio ter sido o centro de sociabilidade do grupo era porque servia de camarote para a micareta da cidade, o Maceió Fest, que animou a orla da Pajuçara de 1993 até 2003. Embora fosse bem menor, os acompanhei em muitas ocasiões assim. O Maceió Fest, que trazia diversas atrações do Axé Music para a cidade, acentuava as paqueras, intrigas e confusões, uma delas trágica, que levou à morte de Marcus, um dos Superamigos, em uma briga com supostos “Playboys” que também acompanhavam os trios elétricos na Praia da Ponta Verde, parte do circuito da festa. Era a época em que Gabriel o Pensador fazia sucesso com a música Retrato de um Playboy<sup>41</sup>, de 1993, e o conceito reacendia fronteiras entre jovens de estilos de vida diferentes no jogo de autoafirmação e conquistas amorosas. O som de carro, habitualmente usado nas festas para impressionar as garotas tocando axé ou forró, criando ilhas de diversão particulares, e o próprio carro era uma marca inconfundível, mas não só ela, do que meus irmãos e seus amigos chamavam de Playboys, ou “mauricinhos”. O carro era ainda um bem rarefeito entre o grupo. Eram quase todos de uma classe média altamente dependente da educação que começava a galgar os primeiros passos na universidade. Nesse contexto, as sociabilidades voltadas para o carro e o som eram parte de um mapeamento simbólico da paisagem diversional e de paqueras ameaçada, do seu ponto de vista, pelos “filhinhos de papai”, “mauricinhos”, filhos de donos de negócios, médicos, advogados ou, simplesmente, de famílias tradicionais da capital que, muito comumente, apostavam “pegas”, corridas na avenida em frente ao Estrela do Amanhã. O termo “Maria Gasolina”, hoje em desuso, completava essas formas práticas de distinguir tipos humanos e atitudes, sendo usado para detratar e estigmatizar garotas que se rendiam à “playboyzada” motorizada e sonorizada. Nem eu, nem ninguém,

---

<sup>41</sup> Sou playboy e vivo na farra  
 Vou à praia todo dia e sou cheio de marra  
 Só ando com a galera e nela me garanto  
 Só que quando estou sozinho eu só ando pelos cantos  
 Porque eu luto Jiu-Jitsu mas é só por diversão  
 É isso aí meu cumpádi, my brother, meu irmão...

poderia imaginar, na época, que aquelas provas de força juvenis enredadas pela transformação das paisagens urbanas em centros de consumo e diversão desaguariam em circuitos de competições mais ou menos integrados de *amantes* do som automotivo.

Desde essa época, os carnavais e micaretas eram lugar comum do som automotivo. Passava a ouvir cada vez mais sobre ele, embora sem nenhum intento de reter-lhe na memória. Lembro que no Maceió Fest, assim como na Micaraca, o carnaval fora de época de Arapiraca, criavam-se nos momentos prévios e intervalos das atrações pequenos círculos de divertimentos em redor dos veículos que acabavam por dividir opiniões entre aqueles que detestavam ter que escutar “a música dos outros” e aqueles que achavam mais uma oportunidade de se enredar na diversão. Na primeira e segunda décadas dos anos 2000, a presença de sons nos carnavais já havia ganhado mais autonomia para estabelecer uma linguagem própria de diversão em relação às atrações das festas organizadas pelas prefeituras para atrair turistas. Na parte 5, enquanto lidava com as tensões e conflitos que envolviam São Miguel dos Milagres, mostrei que, bem ou mal recebidos, os paredões já faziam parte da paisagem diversional da cidade, que se inseria em circuitos nacionais e internacionais de turismo por meio da imagem de paraíso natural e das festas de réveillon. No litoral sul alagoano isso não era diferente.

Ana Cláudia<sup>42</sup>, uma colega de trabalho, já tinha me concedido uma entrevista na época do mestrado sobre sua percepção dos conflitos que ocorriam nas periferias da cidade. Ana é filha de comerciantes que atuam no mercado público de São Miguel e membro de uma festeira, extensa e, aparentemente, bem integrada família com que organizava alguns encontros anualmente, alguns deles na Barra de São Miguel, praia próxima à São Miguel dos Campos bem conhecida no litoral alagoano. Essa lembrança deixada me fez procurá-la mais uma vez através do whatsapp, durante a pandemia da Covid19, para estendermos um pouco mais nossa interlocução.

As festas na Barra ficaram mais frequentes e animadas por volta de 2014 quando seu avô comprou uma casa na barra e passaram também a frequentar a casa da sogra de sua prima. “Ou era em uma, ou em outra”. Antes, já frequentavam a Lagoa do Pau, alugando casas, mas daquele momento em diante ficava mais fácil de reunir todo mundo. O som das festas de

---

<sup>42</sup> Nome fictício.

carnaval ficava a cargo dos “paredões e paredinhas” de seus primos de Pernambuco, às vezes do seu tio e até do seu pai. Quanto a este, logo o dissuadiu de manter um som na mala do carro. O carro ficava pesado e atrapalhava o dia a dia de quem dirigia, ela, cada vez mais depois de que aprendeu a dirigir.

Ana contou que nos dias de carnaval, de manhã até a noite, o som não parava entre os muros da casa e, às vezes, à beira do rio Niquim, que corta a cidade. Somente quando iam aos shows, ou quando um alto-falante furava, como aconteceu certa vez, desligavam o aparelho. “Normalmente, quando a gente tava na casa da sogra da minha prima a gente ia a pé porque era perto do centro. Quando tava na casa do vô aí é que a gente ia de carro, mas não levava o som, porque ficava longe e estacionamento”. Também, em dois ou três anos, chegaram a organizar um bloquinho de carnaval entre familiares e amigos puxados por um som de mala, fazendo o percurso “da madeireira da barra até a vila Niquim”. Foi seu tio quem teve a ideia. Confeccionou camisas com a identidade do bloco, colocou seu som pra tocar e assim cruzavam a cidade da casa de seu avô até a casa da sogra de sua prima.

O som dos paredões tinha se tornado peça importante das dinâmicas de diversão da família e sempre nas festas, de uma parte ou de outra, tinha som, dizia Ana. Essa paisagem diversional das cidades de que passou a fazer parte os paredões, presentes tanto em Milagres, através da experiência de Maria, quanto na barra, por meio de Ana, mostrava o quando os aparelhos estabeleciam, na primeira metade dos anos 2010, uma relação simbiótica com as atrações das festividades locais semelhante ao que vivenciei, muito incipientemente, em meados da década de 1990, embora os paredões tivessem se desenvolvido como matéria e linguagem festiva e aumentado sua autonomia em relação as atrações artístico-musicais tradicionais que dominavam no passado.

As muitas tentativas de celebrar termos de ajuste de conduta com as prefeituras de cidades alagoanas feitas pelo Ministério Público que guardava como objetos de regulação ou proibição os paredões de som nos carnavais, o que procurei remontar na parte 5, já indicavam muito claramente as interdependências que se estabeleceram entre donos de sons, foliões e as programações das festividades no sentido de incorporar os aparelhos como um lugar comum das festas.

Em algumas cidades do Nordeste conhecidas nos circuitos de festividades regionais, os paredões se tornaram tanto um destino de *amantes* quanto propriamente uma atração das festas. O festival da Juventude, evento tradicional da cidade sertaneja de Santana do Ipanema, alvo de notícias, operações e termos de ajustes de condutas propostos pelo Ministério Público, tornou-se um grande reduto de *amantes* de som automotivo (GAZETAWEB, 2014; GAZETAWEB, 2011; ALAGOAS24HORAS, 2017). Era o epicentro do que Ygor Paixão chamava de uma região forte do som automotivo em Alagoas, para onde deslocava parte de seus esforços na conquista do mercado de encontros e competições. Dentre essas cidades no Nordeste, Caicó, no Rio Grande do Norte, tornou-se uma espécie de “Meca” do som automotivo, mesmo que muito pouco seja reconhecida oficialmente sob esse emblema.

A reconfiguração política, econômica e cultural de cidades nordestinas no sentido de uma reorientação para o consumo simbólico dos espaços urbanos que redirecionou diretrizes da vida prática em muitas dimensões ajudou também a modelar a libido dos *amantes* de sons (BOURDIEU, 1996; ELIAS, 1994), ao mesmo tempo montadores-experimentadores virtuosos e curtidores de farras, para o desenvolvimento de equipamentos que emulassem a atmosfera de espetáculo dos palcos, boates e trios elétricos. Ou seja, desde que se gestou a configuração técnico-estética do SPL/Trio durante a década de 1990, as disputas entre aficionados estavam ligadas aos circuitos de lazer mais abrangentes em cidades nordestinas.

O “pai do som automotivo” foi, quanto a isso, mais uma vez referência: seu sonho de trabalhar com som, cultivado em família junto com seu irmão engenheiro, realizou-se na primeira metade dos anos 1990, quando pôde colocar a serviço de uma clientela jovem endinheirada, cuja diversão se concentravam nos aparelhos naturais e culturais urbanos abundantes de Fortaleza, as invenções que resultariam no sistema de porta-malas e, mais tarde, nos anos 2000, nos paredões e carretas de som. Pioneiro entre muitos outros esquecidos e anônimos, Tico Som contribuiu para consolidar o mercado de som automotivo no Nordeste (desde que Fortaleza se tornou um centro irradiador de tendências técnico-estéticas) na medida em que, antes de tudo, compreendia praticamente, enquanto *amante* de som e fruidor da cidade constituído de disposições e problemas práticos semelhantes, os desejos de seus clientes.

Aficionado que desenvolvia sua virtuosidade mais ou menos profissionalmente até então nos poucos espaços para a aplicação de toda sua inventividade, Tico impulsionou seus negócios, no

início dos anos 1990, tornando-se referência por meio da consagração de seu nome em competições para o mercado emergente que se popularizava entre jovens mais endinheirados da região, mais significativamente a partir da primeira década dos anos 2000. Foi assim que Tico deu nome à sua reconhecida grife de som automotivo.

Ao que parece, festas na cidade e competições entre proprietários de sons mutuamente se alimentavam e concorriam para o desenvolvimento de uma linguagem própria de diversão centrada na potencialização sonora. Num olhar mais cuidadoso, personagens como Tico contribuíram para a lapidação de uma indústria de bens simbólicos que fornecia, através da configuração de um regime de visibilidade criado nas festas, tanto objetos de distinção quanto de expressão de um padrão masculinidade retraduzido a partir de matrizes sociosimbólicas do mundo urbano sob o domínio de uma cultura do entretenimento.

Em Alagoas, na última década, desde o *boom* até hoje, essa indústria de bens simbólicos se alimentava de diferentes tipos de pressões e contrapressões entre empresários que mantêm, em sua maioria, negócios de pequeno e médio porte no setor de serviços; aficionados e o público das periferias; e reclamantes, policiais, promotores de justiça e políticos, grupos que desenvolveram e estreitaram interdependências socioespaciais no cenário de reordenação das cidades para a exploração de serviços de lazer e diversão. O autocentramento do grupo de empresários na formação de uma autoimagem ideal que intentava positivar moralmente seu estilo de vida e no quase completo obscurecimento das periferias, articulada na capital por Brasit, davam respostas à rede de discursos estigmatizadores e às ações da polícia recorrendo ao desinteresse econômico, político e mesmo dos prazeres, supostamente garantidos por sua condição de empresários, e à livre expressão das propensões individuais. Esse apelo procurava desvincular os *hobistas* da imagem de criminosos e desordeiros, desatando nos discursos quaisquer laços simbólicos com coletividades marcadas por estigmas ou de onde se partem ideias sentidas como minimamente transgressoras, a exemplo das periferias.

O processo de estigmatização dos *amantes* de som em cidades alagoanas pressionou alguns desses autointitulados *hobistas* a demarcarem fronteiras simbólicas mais rígidas entre verdadeiros *hobistas* e falsos *hobistas*, fazendo coincidir nos discursos, pressuposta ou explicitamente, com quem pode ou não pode fazer do som um objeto desprezioso de investimento financeiro. Face àqueles que não se aproximavam desse ideal do nós, como se

percebia Horácio, o *hobby* deveria criar divisas simbólicas tanto como marca de identidade como mecanismo de estabelecimento de distâncias sociais. Nas práticas reais, entretanto, cruzavam-se interesses em lucros materiais, sexuais, afetivos e simbólicos.

Essa distância podia ser objetivada, como verbalizou Horácio, na modernização dos equipamentos, “chegou um carro mais moderno que o meu, um som mais moderno”. A lógica de contínuo aperfeiçoamento e superlativização que a configuração SPL/Trio desenvolveu traduzia o imperativo moderno do progresso tecnológico para a situação particular daqueles que precisavam não só absorver o ideário hedonista do consumo e da tecnificação promovidos pelos fluxos e influxos da globalização neoliberal, mas também dar-lhes performatividade nos encontros face a face em espaços de consumo, lazer e diversão recriados como centro da vida social das cidades nordestinas.

A autonomia energética dos sistemas sonoros – materializada por baterias e, nas versões mais abastadas, geradores – reescalavam os indivíduos na esteira dos processos de encaixe e reencaixe proporcionados pela compressão do espaço tempo. Giddens (1991), Castells, (1999), Bauman (1999) e Santos (2017) estiveram atentos, cada um à sua maneira, às lógicas de reconfiguração da ordem socioespacial a que levou o processo de globalização econômico-financeira operada pela aplicação de mecanismos de processamento e transmissão de informações. A crescente interdependência entre localidades num mapa cuja topografia era definida por fluxos de dinheiro e poder redefiniu as condições a partir das quais a ordem social se estabelecia. Deslocando, em grande medida, o poder político e econômico do nacional e local para um espaço de decisões de investimentos financeiros e fluxos de capitais e pessoas, a globalização econômica reescalou o status humano a partir do poder dos atores sociais sobre meios de deslocamento no espaço global. “A mobilidade galga ao mais alto nível dentre os valores cobiçados — e a liberdade de movimentos, uma mercadoria sempre escassa e distribuída de forma desigual, logo se torna o principal fator estratificador de nossos tardios tempos modernos ou pós-modernos” (BAUMAN, 1999, p. 08). A crescente dependência ao longo dos anos que os circuitos de som automotivo desenvolveram, no nível regional e local, das redes sociais e aplicativos de comunicação instantânea representa, de modo inequívoco, as condições que moldaram suas hierarquias à capacidade de deslocamento e domínio do espaço, sendo sua autonomia energética a tradução mais direta desse domínio.

Figura 51 - Arapiraca Show Car, janeiro de 2020. Atrás do paredão, as várias baterias que alimentam os módulos amplificadores dentro do rack.



Foto: Nido Farias

Figura 52 - Arapiraca Show Car, janeiro de 2020. Visão de três de um paredão com a tampa do rack de alimentação e módulos aberta.



Foto: Nido Farias

O som automotivo cumpria, com isso, a função de construir fronteiras simbólicas entre os amantes de som. Como bem percebeu Couto (2012) resenhando o livro *Ócio e negócio: festas populares e entretenimento-turismo no Brasil*, em que Edson Farias remonta a rearticulação da economia urbana em torno da exploração das festas populares na esteira do processo de desenvolvimento de uma sociedade urbano-industrial e de serviços no Brasil, o entretenimento é um “mecanismo institucional estruturante das ‘condições de ressignificação dos símbolos e dos modos de expressão da cultura’ no capitalismo contemporâneo. Essa ressignificação implicava ressimbolizar também os elementos da macheza cristalizados ao longo do processo de constituição da identidade do nordestino no século XX (JÚNIOR, 2013).

Dentre as fontes de poder monopolizadas pelos homens no processo milenar de dominação do patriarcado, a tecnologia assumira particular significado na modernidade. Tomando centralidade no processo de subsunção da natureza ao projeto de emancipação iluminista, a técnica ganharia nos tempos modernos a finalidade transcendente de superação maquinística da condição humana.

Francisco Rüdiger (2007) esteve ocupado com um projeto crítico-filosófico da tecnologia no qual os objetivos principais eram revelar e superar essa ideologia moderna transcendental que sustenta a crença na autonomia da técnica em relação ao mundo social. Fáusticos e prometeicos, tecnófilos e tecnófobos, tecnicistas e humanistas; Marx, Elias, Levi, Castells e muitos outros, em maior ou menor grau, pressupunham uma dimensão autônoma em que a tecnologia se desenvolveria num espaço vazio de determinações sociais, culturais e éticas. Rüdiger endossou o projeto crítico da Escola de Frankfurt, atento também aos escritos de Heidegger, para desenvolver uma “visão de Atena” em que os pressupostos da autonomia e a ingenuidade e descompasso da crítica humanista com a cibercultura contemporânea ganhou uma alternativa crítica.

A técnica, segundo essa perspectiva, não é nem um objeto neutro em relação aos sentidos de seus usos, nem puramente extensão da mente humana, mas um conhecimento operatório construído sob condições históricas e sociais determinadas das estruturas de poder que estabelecem mediações – através da fala, do corpo, utensílios, máquinas – entre a subjetividade e o mundo natural e social.

Primeiramente, minando qualquer forma de autonomização admitida até mesmo por pensadores fáusticos e humanistas, como Simmel, essa perspectiva, se bem pensada, elimina algumas barreiras conceituais que separavam a expressão da autenticidade e a criatividade do mundo maquinístico-cibernético, opostos pelo romantismo e a ilustração, desde que a própria subjetividade e a expressão simbólica passou a integrar, de modo engenhoso, o mito moderno do controle racional sobre a natureza e a sociedade no capitalismo pós-industrial, informacional e cultural. Em segundo lugar, essa reflexão é útil na tarefa de compreender a invenção coletiva e processual de sistemas sociotécnicos como resultado de estratégias de monopolização de recursos de poder no contexto de necessidade de ressimbolizar o status de superioridade dos homens em relação à sociedade e em relação aos próprios homens.

Não é, claramente, uma preocupação de Rüdiger compreender a função do mito moderno da transcendência através da tecnologia para a dominação masculina. Isso ele reserva apenas à alimentação das engrenagens do capitalismo. Mas, desde que a sociedade capitalista é também patriarcal, o domínio, para além das suas funções de guerra e controle, do último recurso de transcendência humana serve, logicamente, ao reposicionamento dos homens na ordem moral e nas estruturas de poder.

Se, por um lado, o dinheiro pode pagar pelos melhores equipamentos e garantir a autonomia sobre o espaço, por outro, o domínio da expertise da montagem, que irriga parcelas mais privilegiadas com o “manuseio” prático e teórico de conceitos abstratos, garantia, definitivamente, a superioridade técnica que culminava no maior poder de superlativização sonora. A posse dos capitais econômico e cultural não é, assim, apenas convertida entre si, como aponta Bourdieu, mas também em recurso para o posicionamento dos homens em relação a outros homens através da luta pela monopolização dos meios de transcendência propriamente modernos. As lógicas que operam nas competições de som automotivo revelam, por fim, a imbricação e o mútuo reforço de fontes de poder que têm operado em diferentes escalas de valor para retraçar hierarquias sociais.

## 7 LISOS E APAIXONADOS: INDIVIDUALIZAÇÃO DE SUJEITOS PERIFÉRICOS E LUTAS POR VALOR HUMANO

### 7.1 LISOS, LASCADOS E ENVIDADOS, MAS APAIXONADOS PELO SOM AUTOMOTIVO

“DISPENSO LISOS”. Esta era a frase “padrão”, costumeira nos anúncios de equipamentos no Facebook, quando um membro de um grupo virtual de compra, venda e troca de peças de som automotivo queria antecipar sua impaciência quanto à enxurrada de ofertas abaixo do preço colocado no anúncio pelos interessados, normalmente já desvalorizado em relação ao preço de produtos “novos na caixa”. Coloco abaixo uma ilustração dessas negociações para se ter uma ideia mais precisa.

Gervásio: Compro alto-falante da marca Selenium

Cleissom [que usa o post alheio ao seu favor]: Eu também!!

Gervásio: KKK

Gervásio: Consegui duas

Gervásio: Faltam mais duas

Gervásio: kkk

Cleissom: Hshshs

Ailson: tenho 2, 140 o par!

Gervásio: Pago 80 nas 2

Ailson [debochando]: quando vc achar por esse preço, quero 4!

Gervásio: Beleza 😊

Cleissom: eu pago 80 tbem

Ailson [debochando]: vendo uma para cada, uma pra vc e outra para o outro... vem pegar quando? Queria só 140 já que tão me dando 160 fazer oq neh

Leôncio: KKKKKKK é um mais bestinha que o outro aqui 😊

Gervásio: KKK tá Serto Léo o liso da galera é você

Gervásio: Que só compra as coisas fiados KKK

Aqueles acusados de *lisos*, que não eram poucos no grupo, confundiam-se com pechincheiros insistentes, *marreteiros*<sup>43</sup>, sempre presentes nas negociações para puxar o preço considerado justo pelo ofertante para baixo. Os grupos de som automotivo no Facebook eram destinados, majoritariamente, à negociação de produtos usados; atendiam a uma demanda incapaz de comprar conjuntos de equipamentos inteiramente novos, coisa que só *empresário* fazia. Quando essas negociações eram sentidas como passando do limite, às vezes não bastava chamar de *liso*, mas expor por completo a condição geral dos negociadores. Quer mais barato? Vai ver na loja então!

Clérison - Alô galera do "no precinho", "só pago x", marreteiros e afins, acredito que grupos como esse são de VENDA e TROCA, e não LEILÃO. O pessoal aqui tá pensando que o grupo é de leilão. E ao invés de "quem dá mais", vão de "quem dá menos" kkkkkk. Acho que se tem um "preço negociável", o cara tira uns 10%, o povo tá querendo baixar 50%... perai... E outra, percebi que tem um monte de "avaliador" profissional de equipamentos de som automotivo, pra mim isso é novidade. é um tal de "só vale isso" kkkk cara, se você não tem dinheiro pra comprar, não fala nada. se você acha que não vale aquele valor, não oferta valores ridículos. se tá achando caro, **vai na loja e compra um novo...** por favor gente, um pouco de bom senso. valeu!!!!

Marcone: Pqp, falou tudo, bicho! Da raiva o cara anunciar as coisas a 400, por exemplo, e neguin comenta: "dou 250 a vista" é foda né?

[...]

JL: querem "ostentar" no precinho KKKK

[...]

Calvetson: Bando de lisos que pensem que pq estamos pondo a venda estamos morrendo de fome...

[...]

Ariston: se não dar o valor que se pede então manda comprar na loja la deve ser mais barato o cara pede um valor querem dar menos que a metade estamos vendendo não dando

Os *lisos*, assim, eram situados nos grupos como uma categoria indesejada de negociantes no mercado informal de peças e serviços que se estabeleceu nos espaços virtuais

---

<sup>43</sup> Marretar significa o ato de forçar insistentemente a compra por um preço indesejado pelo ofertante.

controlados por frações de pequeno e médio empresariado de serviços. Dentre aqueles que realizavam trocas de produtos já desvalorizados em relação à loja, acabavam assumindo o estigma de maus negociantes, pessoas para se evitar logo de antemão. “E fora os que ã tem palavra, fecha negocio e no dia seguinte vem c desculpas sem noção”.

Para *amantes* de sons automotivo, que se avaliavam constantemente pelo resultado do melhoramento progressivo dos seus equipamentos mediante investidas nos mercados de peças e serviços, ter ou não ter dinheiro demarcava tipos e hierarquias de negociantes. O aprofundamento da lógica mercantil e da financeirização, parcialmente marginal e combinada com programas estatais, ocorrido nas últimas duas décadas entre famílias, atrizes e atores das periferias brasileiras (POCHMANN, 2014; para traçar a dinâmica da financeirização em Alagoas, ver MEDEIROS; 2018), colocava-se como as condições mais gerais a partir das quais hierarquias se formaram entre quem tem ou não tem dinheiro. Nessa medida, pode-se evocar a sociedade de consumidores (BAUMAN, 2008), com arquiteturas normativas e princípios hierarquizadores próprios centrados na capacidade dos consumidores de agirem competentemente como consumidores, somente. Ao *liso* era reservado os lugares mais baixos dessa escala pela falta de dinheiro, pela carência do mediador capaz de levar à realização do day dream coletivo (CAMPBELL; 2001) dos *amantes* de som – o equipamento dos sonhos, sempre em projeto, mas nunca alcançado. “Só não compra quem é ou está liso”, colocou certa vez um anunciante de alto-falante.

Mas houve situações em que estar *liso* mudava de figura nas relações de compra e venda, e dessa maneira ninguém reclamava. Quando se procurava vender um equipamento mais estimado por um preço menor do que a maioria considerava que valia, quando estava na cara que estava subavaliado, a melhor forma de fazer isso era dizer que estava *liso*. Rapidamente, essa condição de potencial vergonha poderia ser subvertida, pragmaticamente, numa justificativa para negociar os aparelhos em um curto período. “Deu a louca !!! Tô liso...Baixei pra vender logo ... bocas de 12" 550 rms as duas R\$200... modulo AB2000 preto 250 whats R\$ 70.... caixote pra boca de 12 2 tweet 1 corneta R\$70...”. Sendo ainda mais direto quanto às finalidades, um membro postou: “To liso para virada de ano. Vendo par de caixa JBL W horn. Saiu do forno agorinha. R\$ 900,00. Aceito cartão 3x”. Ou ainda “TÔ LISO MESMO 9. 000mil. Watts XXXXX-XXXX, XXXXX-XXXX. Baixei total pra vender, CARROCINHA TOP DE

LINHA”. Estando *liso*, era justificável burlar a “lei” do mercado, julgando se colocar acima de qualquer suspeita, mesmo com propostas tão descabidas. Chamo a atenção para o fato de que não apenas ser, o que era mais problemático, mas também estar *liso* fornecia uma condição de compreensibilidade mútua entre os membros dos grupos por estar precisando de dinheiro por certos motivos e para certos fins, compondo o universo pragmático-linguístico nativo autorreferido à sua forma de vida (WITTGENSTEIN, 1975).

Sempre gastando para manter o som minimamente competitivo nos cruzamentos urbanos com outros aficionados, muitas vezes estourando cartões de crédito, outras tantas devendo para comprar peças de som ou participar de festas, estar *liso* significava também uma condição transitória dos altos e baixos para manter, na tensão entre as necessidades da vida em geral e ser *amante* do som, o estilo de vida *estourado*<sup>44</sup> do som automotivo. Postar fotos de festas na beira da piscina, em casas de praias, sítios e clubes em que se aparentava ter exclusividade era uma maneira de comunicar uma farra de paredão. Copo na mão, latas e garrafas de bebida na mesa, paredão ao fundo, a fonte da piscina jorrando, ou um imenso terreno para emparelhar os equipamentos; arrisco dizer que isso se tornou até um gênero de fotografia ostentação. Ter um som automotivo carregava consigo esses sentidos e normatividade.

---

<sup>44</sup> Gastador.

Figura 53 - Festa de paredão na piscina



Foto: Instagram <<https://www.instagram.com/p/BScv33IF9GK/>>

Quero destacar com essas observações introdutórias que a condição de liminaridade enquanto *lisos*, na corda bamba entre estar dentro e fora dos jogos da potencialização e das festas, entre poder ou não poder gastar, ressalta, em contrapartida, sua condição de desejanter desses espaços como um tipo de necessidade diferente daquela de dinheiro para gastar, pura e simplesmente.

As lutas simbólicas nas quais estavam em jogo o estabelecimento da honra social de aficionados liderados por frações do empresariado de serviços por si só transbordava os interesses pela viabilidade do mercado de competições, festas, peças e serviços e buscava transformar sua imagem pública, antes de qualquer coisa, no terreno moral que constringia o desenvolvimento de negócios e diversão nas cidades. Internamente, a luta pelo estabelecimento de posições relativas entre os *amantes* vigia sobre o domínio de uma imagem ideal lapidada por *empresários/competidores* que exercia seu domínio a partir do cruzamento de eixos de posicionamento distintos e entrelaçados. As provas de força masculinas viam-se a todo tempo entremadas ao domínio de conhecimento e à posse de dinheiro.

Nesta parte final, pretendo explorar uma dimensão moral diferente dessas lutas implicadas na produção conflituosa de circuitos de som automotivo, festas e competições em cidades alagoanas. Ela diz respeito à emergência de canais de valorização individual abertos pelo crescimento dos circuitos e pelas disputas de *amantes/técnicos* a atores de periferias que orientaram suas expectativas de dignificação social para o reconhecimento de qualidades e habilidades auto e alter percebidas como singulares.

Nesta seção, especificamente, começo a abordá-la num plano de análise discursiva, apontando a existência de um tipo de discurso alternativo de valorização de *lisos, lascados e endividados* em interdependência com e, às vezes, em detrimento daquele que enuncia a superioridade técnica e financeira dos *empresários*. Este condensa aspectos importantes da construção da autoimagem e do senso de autovalor de *amantes* de diferentes periferias alagoanas que está muito além do espelhamento da imagem de superioridade social dos *empresários*, embora muitas vezes se definam negativamente em relação a essa classe idealizada de aficionados. É com isso que passo a lidar agora.

Depois de tanto ouvir sobre meus interlocutores serem *apaixonados*, e de descobrir que a *paixão* por som automotivo havia estampado campanha política em seu favor, estava mais atento a outras relações que essa categoria sempre presente ainda poderia render. Não era o caso, como já deve ter ficado claro, de compreendê-la como uma emanção das íntimas profundezas dos aficionados, mas de apreender as funções que passou a desempenhar entre os atores e na mediação da relação destes para consigo que foi plasmada na última década por meio da formação dos circuitos populares e da reação societária em relação a eles. Tratava-se de assumir que essa expressão se configurou igualmente em princípio de divisão e em móvel de disputas pela qualificação do status humano dos *amantes*.

Tendo isso cada vez mais por pressuposto da questão, encontrei sob as muitas camadas interpretativas do que os porta-vozes dos *hobistas-empresários* chamaram de *paixão* pelo som automotivo, elaboradas a partir de posições enunciativas (ou posições de sujeito) mais privilegiadas na tarefa de tradução de um mundo fechado a não iniciados, uma configuração discursiva bem diferente. Ela concentrava nas limitações financeiras e no sacrifício de outras dimensões da vida pessoal para *montar* um som a construção positiva de sua identidade individual e social. Decorre desse fato que a *paixão* não se revelava apenas naqueles que podiam

ostentar os mais modernos automóveis e sons. Muito pelo contrário, sugeria que eram justamente as adversidades, do tipo que um *liso* enfrentaria, como a falta de dinheiro e o endividamento, que forneciam as verdadeiras provas da *paixão*. Irei fazer uma aproximação dela a partir de memes que circulam nas redes sociais.

Figura 54 - Meme Lisos 1



Fonte: Grupo do Facebook Loucos por som automotivo

Figura 55- Meme Lisos 2



Fonte: Grupo do Facebook Loucos por som automotivo

Figura 56 - Meme Lisos 3



Fonte: Grupo do Facebook Loucos por som automotivo

Figura 57 - Meme Lisos 4



Fonte: Grupo do Facebook Loucos por som automotivo

Esses memes compartilhados em sites como Facebook, Instagram e no aplicativo de conversas Whatsapp estavam disponíveis na página “Frases do Som Automotivo”<sup>45</sup>, no

<sup>45</sup> <https://www.facebook.com>

Facebook, com cerca de 69.000 seguidores. Era uma das muitas que surgiram no Nordeste com o *boom* nos estados e que passaram a rivalizar na busca pela atenção e compartilhamento dos *amantes* de som. Funcionava como uma espécie de banco de imagens que traduzia, comicamente, dimensões do entendimento nativo sobre seu próprio mundo. Os memes faziam “resenhas” com conflitos amorosos por causa do som, conflitos familiares, “pegação”, bebedeira e outras situações mais. Muitas dessas figuras, é importante destacar, eram nada mais que formulações textual-imagéticas de expressões, pensamentos e situações vividas no dia a dia, nas festas e nos encontros e, justamente por isso, faziam sucesso e inundavam a internet a partir de computadores e de celulares.

Dentre elas, parte importante retratava situações de que compartilhava muitos *amantes*, a exemplo de Horácio após o seu batismo, que sentia não caber nos seus orçamentos e, muitas vezes, nos relacionamentos amorosos e familiares o investimento afetivo e financeiro nos equipamentos. Centralmente, não havia um ideal de superioridade econômica construído nas mensagens, mas redescrições da *paixão* sob o ponto de vista de quem tinha o movimento compulsivo de superlativização do som premido pela falta de dinheiro para investir, pelos relacionamentos amorosos, pela família, pela fofoca (sobre esta última, vide a história de Amilton, o ex-raparigueiro que descrevi algumas vezes). Também passava longe do que Brasit, Ygor e Amilton certas vezes sugeriram como o lugar de pessoas livres das pressões da vida prática e dos *vícios*. Ainda assim, a *paixão* não estaria em falta entre *amantes* muito facilmente declinados para a condição, passageira ou permanente, de *lisos* nos mercados de peças. As loucuras pelo som automotivo ganhariam ali, de forma oposta, outro nível: seriam loucos não porque gastavam o tempo e o dinheiro que tinham em som, mas porque gastavam até “o que não tinham”, para usar a força da expressão popular. Sumariamente, a questão era muito mais o que se sacrificava ou se tensionava para manter um som.

Os discursos são constitutivos, embora não únicos partícipes, dos processos de produção e reprodução das relações e das identidades sociais. Para Fairclough (2001), uma das formas de estabelecer essa relação entre linguagem e prática social é a ferramenta analítica da modalidade. Ela é capaz de identificar afinidades compartilhadas entre sujeitos com o conteúdo de discursos, seu grau de implicação moral e afetação, assumindo, com isso, o papel de “ponto de interseção no discurso entre a significação da realidade e a representação das relações sociais” (p. 201).

No caso da frase “Meu carro pode não ser do ano, mas o que ele puxa no reboque faz sucesso!”, o modo como se entrelaçam a significação da realidade – a construção adversativa que opõe uma expectativa não alcançada à sua compensação com um som desejável – e as relações sociais nelas implicadas – a oposição entre *empresários* e *lisos*, ou dos *amantes* e seus críticos – começa, antes de tudo, pela assunção pressuposta de que o som automotivo é um objeto de clara identificação do/s autor/es. Indo nessa direção, converter, licitamente, a frase em uma afirmação do tipo X é Y, a exemplo de “meu carro é velho, mas, apesar disso, meu som faz sucesso”, extrai um comprometimento de tipo categórico (p. 199), isto é, sem qualquer expressão manifesta de dúvida quanto à verdade de seu conteúdo: o que importa para a definição de um *amante* é, antes de tudo, a “loucura” para manter um som.

Mas nem sempre uma alta afinidade com ideias e proposições são estabelecidas a partir da relação entre o(s) autor(es) e o conteúdo do discurso. É o que pode se esperar quando a produção das peças gráficas ganha, é permitido imaginar, certa instrumentalidade para esse(s), cada vez mais preocupado(s) em gerar compartilhamentos a partir da página. Nesse caso, especialmente, não a produção, mas o próprio compartilhamento dos *amantes* assume o papel central de comprometimento moral com as mensagens, engrenando os mecanismos de solidariedade social.

Na modalidade há mais do que o comprometimento do(a) falante ou do(a) escritor(a) com suas proposições. Os produtores indicam comprometimento com as proposições no curso das interações com outras pessoas, e a afinidade que expressam com as proposições frequentemente é difícil de separar de seu sentido de afinidade ou solidariedade com os interagentes (FAIRCLOUGH, 2001, p. 200).

Os memes da internet podem desempenhar funções bem específicas nos grupos virtuais, como promover cooperação ou conflito. Originalmente conceituado no terreno da Biologia Dawkins (1976) como qualquer comportamento passível de mimetização, mutação e seleção cultural, os memes foram assim tratados em relação às suas capacidades intrínsecas de competir para a evolução cultural. As Ciências Sociais, por outro lado, cada vez mais preocupadas com o status da virtualidade em seus objetos tradicionais de pesquisa nas últimas décadas, acabariam lidando com aspectos da questão, ainda muito incipientemente, por meio do papel cultural que

os memes de internet passaram a desempenhar no cotidiano dos indivíduos em rede e na política (BARRETO, 2015; ARRUDA; ARRUDA; ARAÚJO, 2017; CHAGAS; FREIR; RIOS; MAGALHÃES, 2015; MARTÍNEZ-ROLÁN; PIÑEIRO-OTERO, 2016).

É evidente, a partir dessas perspectivas, que a viralização de imagens, mensagens e composições gráficas em grande parte de teor cômico nas redes sociais dependem das funções que exercem nas relações sociais desenvolvidas a partir de quadros de interpretação subjetivos específicos. Algumas dessas funções expressivas podem ser imputadas como geradoras de empatia, cooperação e solidariedade através do compartilhamento de valores grupais, coloca Barreto (2015). Esse é o caso da comicidade. Já retratada anteriormente tanto através das manifestações políticas, como o caso do burro, quanto das estigmatizações dos *lisos*, esse gênero de comunicação atravessava as narrativas, discussões e negociações dos *amantes* de som para ganhar nos memes um lugar de reafirmação de valores centrais do grupo. “Fazer resenha”, assim como em outros tipos de coletividades, era parte do *ethos* grupal (BARRETO, 2015 p. 85) dos aficionados por som automotivo extirpado dos discursos políticos e fortemente modalizado quando direcionado a pessoas estranhas ao meio.

Era para esses personagens escondidos publicamente pelas idealizações das redes de produção discursivas encarregadas de positivar moralmente os aficionados, *resenheiros*, metidos em conflitos amorosos e familiares, não raras vezes *lisos* e endividados, que as páginas de Facebook, incluindo as de compra, venda e troca, em grande parte se dirigia. Os memes faziam parte do conjunto de práticas discursivas interdependentes, junto das negociações de trocas, conversas, manifestações, propagandas e discursos políticos a partir das quais também se tensionava as hierarquias entre *amantes* por meio dessa categoria cara à integração grupal – a *paixão* – e, assim, também cara à imposição da imagem idealizada de alguns *empresários* como verdadeiros *amantes*. O poder é, particularmente, um forte modulador do comprometimento das pessoas com ideias, proposições e discursos (FAIRCLOUGH p. 201). Basta lembrar o quanto Horácio exprimia sua repulsa aos competidores e, ainda assim, reforçava suas formas de visão e divisão mais profundas, como mostrei anteriormente. Mas num caso em que a inadequação a um ideal de ostentação, “Dinheiro sobrando nós não tem...”, era contraposta à loucura de gastá-lo mesmo assim, os memes ocupavam no campo das práticas discursivas do som automotivo o lugar de expressão de muitos daqueles ameaçados de serem

rebaixados a *lisos*, posicionados em setores das classes populares e da baixa e média classe média de serviços, não de *empresários* “fortes” nos seus ramos.

## 7.2 TRAJETÓRIAS E RAZÕES

Procuo empreender a partir de agora um esforço interpretativo das razões pelas quais se tornou tão significativo para alguns atores de periferias alagoanas *montar um som*, ou aspirar a figura de um *mestre*, ao ponto de descrevê-los como parte importante de suas personalidades e de funcionarem como uma metáfora de suas lutas e trajetórias de vida.

A exemplo do que contou Ygor sobre os desafios biográficos do abastado criador do Paredão Invulgar, que descrevi anteriormente, a narrativa da montagem progressiva do som também cabia nas suas histórias pessoais como modo de perspectivá-las a partir das singularidades de suas trajetórias, dos seus desdobramentos e de desafios sentidos, às vezes agudamente, como individuais.

Isso significa ir um pouco além da dominação material e simbólica de grupos de *amantes* com mais recursos de poder e revelar outros significados dos investimentos de sujeitos periféricos que a *paixão*, o *vício* e a *loucura* passaram a simbolizar, mas, um tanto automatisticamente, muito pouco dizem além de reivindicar a natureza singular de cada um. Irei argumentar à frente, a partir de interpretações da trajetória de quatro *amantes* de som de distintas cidades alagoanas, dois deles já apresentados, que espaços físicos e virtuais de valorização criados pelos circuitos de som automotivo, e sua dilatação para outras dimensões da diversão popular tornaram-se também canais de expressão das lutas de atores das periferias por valor humano. Tal fato se ancora no crescimento da percepção dessas coletividades de que o indivíduo, em relação mais tensa com famílias e comunidades que no passado, é sentido como uma fonte importante, talvez central de dignificação social.

Vejo isso emoldurado pelo processo particular de individualização ocorrido na esteira da transformação das condições dos mais pobres nas últimas décadas, como bem apontaram Vaitsman no campo das práticas de gênero (1994; 1997) e, mais recentemente, Soares na esfera política (2019). Trata-se de mostrar como ele foi vivenciado de modo particularmente intenso

por alguns personagens das periferias urbanas de Alagoas que enfrentaram condições sociais significativamente diferentes daquelas experimentadas num passado recente.

Seguir o curso de tal processo vai de encontro com outros esforços para compreender o que se formou em torno da *Periferia* enquanto coletividade autoconsciente e palco de lutas por valor humano (RODRIGUES, 2008, 2017a, 2019; BARROS, 2011). Porém, também segue na contramão das preocupações da maioria com a autonomia coletiva, escavando objetos que têm gerado menos interesse nos debates, como o crescimento do sentimento de responsabilidade pela autoconstrução enquanto sujeito individual através dos mercados de diversão. Trata-se, então, de apontar alguns aspectos de um processo singular de individualização de setores populares em Alagoas, o qual o som automotivo ao mesmo tempo constitui e é por ele constituído, subjacentes à transformação da cultura da periferia.

Dividi as trajetórias de vida em dois grupos de *amantes* de som, aqueles que montaram seus equipamentos para competir ou se divertir, protagonizadas por Júnior bebidas e Alex Sandro, e aqueles que aspiravam ser reconhecidos como técnicos, instaladores e inventores, dois novos personagens ainda não apresentados. Iniciarei a análise com aquilo que Norbert Elias chamou em *Os Estabelecidos e os Outsiders* (2000) de paradigma empírico, em que um caso concreto investigado etnograficamente, o de Alex Sandro, morador de um bairro da periferia de São Miguel dos Campos, que apresentei na parte 4, em aparência restrito e singular, pode fornecer parâmetros teóricos mais gerais para ler contextos mais amplos, até em maior escala, mas sempre abertos à revisão. É um caso que possui anterioridade em relação aos outros, ainda do período da pesquisa de mestrado em que tinha outros objetivos, mas que conservou dupla virtude ao longo do processo de investigação: 1) oferecer uma direção (por meio da descoberta) para encontrar dimensões essenciais do universo dos *amantes* de som automotivo; 2) estabelecer relações teórico-empíricas úteis para ler outros casos e, a partir da comparação, enriquecê-las, reformulá-las ou descartá-las.

A análise de trajetória de vida é entendida aqui como meio privilegiado para costurar distintas escalas de eventos e de distanciamento no tempo da vida biológica, individual e coletiva (MARINHO, 2017; GUÉRIOS, 2011). Significa relacionar memórias, afetos e acontecimentos coletivos, passados e presentes, gerados no curso de mudanças não intencionadas provocadas por reequilíbrios de poder na sociedade alagoana. Assumo, assim,

uma perspectiva analítica que joga luz sobre a fabricação social do indivíduo através do cruzamento no tempo e no espaço de distintos contextos, campos sociais, conflitos e lutas (BOURDIEU, 2006; ELIAS, 1994; 1995; LAHIRE, 2002).

Em certo sentido, esse esforço compartilha preocupações com perspectivas que buscam restituir o valor das narrativas biográficas e do sentido de identidade individual construído por elas. O ataque que a ilusão biográfica (BOURDIEU, 2006) dirigiu a essas análises lançou suspeitas sobre sua credibilidade, já que supunha residir como pressuposto central a identidade de disposições no curso da vida individual, atravessada por fraturas, incongruências e rupturas operadas no trânsito entre diversos campos sociais. Entretanto, tentativas de restituir seu valor para as Ciências Sociais concentraram-se numa ideia distinta de temporalidade e identidade (OLIVEIRA, 2017). Era necessário deslocar-se de uma concepção de identidade como permanência das mesmas disposições no tempo de vida do indivíduo, o *idem*, para o trabalho de manutenção de si estabelecido como um compromisso ético diante das inúmeras rupturas provocadas durante sua história, o *ipsi*.

Nas trajetórias apresentadas à frente, a afirmação da identidade individual através da *paixão* pelo som carrega tanto o germe da crítica realizada pela ilusão biográfica quanto acende o alerta para a formação de um compromisso do si para consigo hipoteticamente moldado pelo processo de individualização. Essa é uma forma de entrever como os heróis do cotidiano carrega consigo as determinações invisíveis e silenciosas da história.

A questão está centrada, justamente, na moldagem psíquica do *amante* pelos constrangimentos e habilitações impressos pelo processo de periferização. Quero chamar a atenção para ele como marco de mudanças a partir do qual se aventa um deslocamento mais significativo da autoimagem em direção a uma identidade-eu, evocada a partir das trajetórias. Não se trata, contudo, de se operar a dicotomia entre tradição e modernização, mas de considerá-los se desenvolvendo na esteira de sucessivas tradições de modernização (DOMINGUES, 2002) e de padrões de autorregulação psíquica.

O texto reforça, assim, o papel de mecanismos de individualização originados por meio do aprofundamento de instituições modernas, principalmente Estado e mercado, sendo menos sensível aos esforços para apontar a constituição de indivíduos “do sul” fora da “sombra analítica da modernidade” (MARTUCELLI, 2007). Admite, então, que mesmo processos de

periferização são operados por formas de hierarquização modernas, constituindo campos de lutas por valor humano, divisões entre estabelecidos e outsiders (SOUZA, 2018a; 2018b; ORTIZ, 2007; RODRIGUES, 2017). Tornar-se indivíduo, no sentido de um dever ser inacabado, é parte dessas lutas.

### 7.3 “O SOM TÁ NO SANGUE”

Alex Sandro<sup>46</sup> era aquele operador de máquinas da Usina Caeté que infernizava a vizinhança do qual falei na parte 4. Havia migrado aos 14 para São Miguel dos Campos de uma fazenda localizada próxima ao município para morar na casa de uma irmã, que havia se mudado algum tempo antes. Toda a família havia migrado, na verdade. Quase todos os moradores da fazenda também. Das 30 ou 40 pessoas, só restavam oito.

Recordando-se saudosamente do passado com lágrimas nos olhos, em que não só sua família, mas também as de outros moradores viviam em uma comunidade aparentemente integrada, rapidamente foi invadido pela frustração. Se na fazenda vivia com liberdade, na cidade a situação era a de estar sob constante ameaça. “Dentro de casa e o cara quer entrar dentro da casa”, expressou sua indignação quanto à presença de “bandidos” que rondavam seu bairro. O principal motivo de frustração, porém, era o que acreditava ser a causa de toda a mudança.

Em sua opinião, a fazenda havia “caído”, lamentavelmente, pela mesma causa que muitas outras: o desinteresse dos patrões em cuidar pessoalmente de suas propriedades, deixando a administração para “terceiros”. Por causa disso, “alguns moradores vieram embora para a cidade, outros foram colocados pra fora”. Outros, ainda, foram buscar oportunidade em outros estados.

Alex Sandro trabalhou na fazenda desde criança, “como adulto”, cortando cana e limpando mato. Sua família ganhava pouco e seu pai não deixava seus irmãos e ele estudarem. Suas irmãs, assim, logo foram enviadas para trabalhar em “casas de família” em São Miguel. A fazenda foi “perdendo a atividade” e, daí, ele, seu pai e seus irmãos foram morar na cidade, recebendo apoio daqueles que já haviam “se estabelecido”, fragmentando-se. Aos 17 anos,

---

<sup>46</sup> Nome fictício.

passou a trabalhar na Usina Sinimbu como cortador de cana. Trabalhou em outras usinas, como a Coruripe e a Caeté, esta última sendo a sua empregadora nos últimos anos, onde, depois de exercer outras funções não qualificadas, conseguiu subir para o posto de operador de máquinas. Era o único entre seus irmãos e primos a conquistar um trabalho formal, com direitos garantidos, pelo qual agradecia a um benfeitor. Seu pai morreria um tempo depois.

Alex Sandro gostava de equipamentos sonoros desde a infância, dizia. O “som estava no sangue”. Aguardava ansiosamente junto do seu irmão o dia em que o tio, após receber da usina em que trabalhava, levaria o *Microsystem* para se divertir bebendo cachaça e ouvindo brega com seu pai. Sempre que isso acontecia, ele e seu irmão se posicionavam ao lado do aparelho para virarem o lado ou trocar a fita cassete. Ninguém próximo possuía um bem como aquele na fazenda onde morava. Isso fazia com que o ato de trocar as fitas tivesse um significado ainda mais especial para os garotos.

Em sua adolescência, já na cidade, costumava se divertir com o aparelho de som da irmã, com quem morava junto de seu marido, bebendo e ouvindo brega. Era *Evaldo Cardoso*, *Adelino Nascimento* e outros que seu pai e seu tio costumavam escutar. Lembrou que sua irmã reclamava muito do volume do som, porque sempre gostou de fazer “zoada”, como fez questão de dizer mais de uma vez. Mas naquela época, em 2001, conta, não existia, pelo menos em seu mundo, algo como um som montado, do que o paredão era o exemplo mais acabado. O mais comum eram os *Microsystems*, equipamentos domésticos comprados nas lojas do comércio de São Miguel.

Embora reconhecesse esse fato, costumava perceber suas experiências da infância e da adolescência com os *Microsystems* a partir de conceitos provavelmente indisponíveis no passado. A montagem de som apenas teve início na sua vida por volta do ano de 2008, quando comprou o que chamou de *receiver*. Nessa época, os paredões e sons de mala já faziam sucesso na cidade, embora como uma novidade. Do *receiver* em diante, sua intenção se voltou para crescimento progressivo do equipamento através da incorporação crescente de novas peças rumo ao som que considerava ideal, mas estava muito distante de alcançar. Aos 17 anos, logo após começar a ganhar o próprio dinheiro, também possuiu alguns equipamentos. Olhando para trás, entretanto, tratou-os com bastante indiferença. Menosprezou seus esforços iniciais por parecerem parcos frente ao ideal do que seria um som “adequado”. Mostrava, quanto a isso, até certa vergonha.

Mesmo após sete anos de investimento, pretendia aumentar seu som com a compra de um novo equalizador e mais dois alto-falantes. Precisava, para isso, esperar o momento certo para comprar os equipamentos, de olho na sorte de surgir entre suas redes de conhecidos uma peça mais em conta. Até ali, fora algo em torno de R\$ 4.000,00 investidos. “Eu gosto mesmo é da zoadá”, revelou já esperando de mim incredulidade sobre tanto dinheiro gasto com o aparelho.

Ainda assim, sentia-se sempre à sombra de donos de sons maiores de outros bairros, alguns trabalhadores da usina como ele. “Um camarada da Caeté [usina em que trabalhava], nesse outro quarteirão aí, tem um som, bicho, que ocupa quase a parede da sala inteira. Som da porra!”. Seus esforços para fazer crescer o equipamento tinham referências próprias entre trabalhadores com diferentes graus de status profissional – formal, como ele e o “camarada” da usina, ou informal, como seu irmão. Todos esses, por outro lado, estavam à sombra dos paredes.

É importante notar que o projeto de som ideal era, nesse nível, um arcabouço infraconsciente ao mesmo tempo cognitivo, normativo e afetivo que integrava experiências passadas aos quadros de percepção atuais sob a lógica das competições, que engrenavam o impulso de progressivo crescimento e melhoramento técnico.

A ideia de projeto, além disso, não se restringia ao universo da potencialização sonora. Transpunha-se como esquema cognitivo para interpretar dimensões mais significativas da sua existência enquanto indivíduo. Alex Sandro descrevia seu interesse por som como resultado de um projeto que desde sempre o acompanhou. “Sempre quis um som pra mim”. Enxergava seu som da época como consequência de uma teleologia que atravessava toda sua biografia, iniciada na infância e ainda inacabada.

Eu sempre dizia: rapaz eu quero... eu vou comprar um sonzinho pra mim. Toda vida eu gostei de som, esse negócio de zoadá, eu sempre gostei do frevo, vamos dizer assim. Aí pronto, comecei a trabalhar, juntando dinheiro, comprei um sonzinho. O primeiro som [montado] foi esse aqui [o receiver]. Esse aparelho de baixo. Fraquinho. Aí eu comecei com esse, devagarzinho e tal, aí pronto, aí fui montando, aí eu comprei esse daí [o atual, que incorporou o receiver], comprei essa caixa aqui. Pronto.

Compreendia, assim, a necessidade sentida como imperiosa de aumentar e melhorar o equipamento como continuidade de seu interesse por “toda vida”. Tinha como causas de vivências passadas e presentes naquele momento experiências que eram sentidas como decorrente de manifestações da sua personalidade no tempo, muito embora elas fossem engendradas em espaços sociais descontínuos em relação a sua biografia. Alex Sandro parecia recair, com isso, em uma ilusão biográfica (BOURDIEU, 2006) que cumpria a função de ordenar, dar sentido a sua vida como um *amante* de som, construído peça por peça, farra após farra no curso natural da sua personalidade.

Era assim que seus irmãos, primos, amigos e, com emoções menos positivas, seus vizinhos o reconheciam pessoalmente na época. As imagens mais nobres de pai de família e trabalhador, às quais lhe eram também atribuídas e tomadas para si, eram, conseqüentemente, friccionadas com a de *amante* de som e curtidor de farras que, às vezes, tinha a polícia à sua porta. Essa tensão emergia quando Alex falava, revoltado, “Polícia na minha porta? Sou pai de família, sou trabalhador!”.

### 7.3.1 Reconstruindo o mundo

Procuo explorar agora o modo a partir do qual o sentimento de responsabilização pessoal para construir a si próprio, do que a montagem de som constitui uma boa metáfora, atuou como um mecanismo de produção de segurança ontológica para Alex. Penso que tal mecanismo foi gerado, em um primeiro momento analítico, pelo processo de desfiliação social e, num segundo momento, pela interiorização de novos padrões de autorregulação legitimados pela ordem moral que se impunha mais agudamente nas cidades, alcançando esse personagem perturbado por rupturas nos planos simbólico, social e afetivo. Nesse caso, é preciso mostrar ainda que a criação de segurança cognoscitiva e afetiva, bem ou mal realizada, resultou também da dilatação de espaços de influência e expressão de alguns atores periféricos para cultivar suas compulsões através da diversão. Este certamente não foi o único caminho para tanto. O protestantismo nas muitas congregações da cidade cumpriu papel semelhante. Mas nossa personagem estava bem longe desses espaços.

Alex Sandro, mesmo antes de mudar, já sofria as conseqüências da desestabilização da ordem do mundo em que vivia. Ao lamentar a “queda” da fazenda, acusava seu proprietário de

negligenciá-la, entregando-a à administração de “terceiros”. Com isso, sentia os efeitos de uma primeira ruptura com a ordem latifundiária tradicional, caracterizada pela dominação travestida de solidariedade e assistencialismo do “senhor”. O ordenamento impessoal, cínico e mecanizado da gestão dos recursos da propriedade, na qual não possuía mais lugar, transfigurava sistematicamente o cenário em que viveu sua infância. A fazenda então estava submetida aos princípios de controle e eficiência de uma empresa capitalista, reordenando aspectos do mundo rural em função das dinâmicas competitivas do mercado nacional e global.

Nessa situação, a mudança para a cidade já era antecipada como um destino possível, uma morte simbólica vivida aos poucos (BAUMAN, 2008b), tomado por vários outros conhecidos que foram afetados pela racionalização capitalista na comunidade idealizadamente integrada em que morava. O rompimento decisivo com o mundo que vivenciou na infância, que formou sua confiança na estabilidade de seres e coisas (GIDDENS, 1991; PETERS, 2017), foi a mudança com o que restava da família para a cidade, expressa melancolicamente com os olhos mareados e voz trêmula.

Essas fraturas simbólicas ocorriam em meio ao que Soares (2019) chamou de deslocamento das placas tectônicas que lastreavam a experiência coletiva de migrantes para as cidades, encarando um novo dinamismo social que se reconstruía não fragmentariamente, mas sistematicamente, em blocos na vida de comunidades, famílias e indivíduos. Alex Sandro, sua família e sua comunidade eram um caso particular dos muitos migrantes do campo no estado de Alagoas que, entre as décadas de 1990 e 2000, tiveram suas vidas – considerando seus planos social, afetivo e cognitivo – dramaticamente reviradas pela reestruturação produtiva do setor sucroalcooleiro e do que veio a se chamar agronegócio, pelo aumento vertiginoso da mobilidade da força de trabalho, pela crescente monetarização das relações sociais e pela informacionalização da comunicação e da cultura.

O processo de periferização acelerou muito nessa época em São Miguel dos Campos (retratado em SANTOS, 2016), somando aos bairros já considerados de periferias outros muitos construídos pela mediação política de personagens da elite canavieira, que convertiam a tragédia coletiva em fidelização das camadas migrantes. O pano de fundo desse processo, além dos efeitos mesmo da reestruturação produtiva, era a crise prolongada da indústria sucroalcooleira, que já foi a principal fonte de renda no estado, a indisponibilidade de empregos

na cidade e a alimentação de uma migração crônica em busca de emprego em outras regiões do país.

Completava ainda esse quadro uma urbanização carente, no geral, de condições mínimas de dignidade, entre elas a de lazer coletivo. A ausência quase completa de praças, campos de futebol, quadras de esportes nos novos conjuntos habitacionais construídos para abrigar muitos daqueles expulsos das fazendas contribuía para manter erodidos laços de vizinhança de diferentes origens muitas vezes estranhadas. Na contrapartida, ocorreu a privatização das bicas e balneários historicamente livres ao acesso popular. Em boa medida por esse motivo, cabia à maioria recriar seus espaços de lazer nos lares e nas calçadas a partir do acesso a CDs e DVDs ditos *piratas* e a equipamentos sonoros comprados pela facilitação do crédito, um modo um tanto perverso de aprofundamento das lógicas monetárias entre moradores das periferias.

Nada representava melhor o processo de deslocamento em blocos de placas tectônicas que o sentimento que tinha Alex de enclausuramento no interior da sua residência, atento aos roubos, à polícia em sua porta, à hostilização dos vizinhos, lamentando a fragmentação da família. No sentido contrário, opunha as aventuras com o irmão, primos e amigos de ir à São Miguel buscar equipamentos emprestados para fazer uma festa com o pessoal do arruado em que vivia. “A gente passava o dia todo na farra, bebendo, dançando com as meninas, era muito bom. Não era desse jeito que a gente vive hoje”.

Argumento que foi justamente nesse processo de ruptura de onde se construiu um senso de estabilidade das categorias do mundo que sua inserção nos jogos de potencialização sonora, os quais traduziam o sentimento positivo de depender muito mais de si, forneceu, não sozinho, um fundamento ontológico para a continuidade da ordem interior fraturada por rupturas simbólicas. Isso por sabemos que os jogos sociais reduzem a ansiedade fundamental da morte e podem amparar as sucessivas mortes simbólicas por que passa o indivíduo, trazidas a efeito pelo dinamismo das instituições modernas (BAUMAN, 2008; PETERS, 2017).

É possível que a cultura do paredão que circulava nas festas da cidade, para usar um termo muito geral, tenha acabado por prover Alex Sandro de justificativas morais, esquemas cognitivos, expectativas de reconhecimento e outros meios de ordenação do mundo adaptados às novas condições de vida. Essas condições dizem respeito ao cruzamento mais intenso de paisagens sociais heterônomas conectadas por esferas de ação sentidas como mais autônomas

– Estado e Mercado – em relação ao controle de grupos existentes em planos de menor integração social – famílias estendidas, comunidades isoladas.

A observação de que conceitos como circuitos superior e inferior da economia (SANTOS, 1978) encontram limites para compreender as interdependências que se estabeleceram entre periferias e a economia global informacional (FARIAS, 2010) pode servir também a outro fim. Ela parece indicar que a integração precária de atrizes e atores das periferias aos mercados e sua maior dependência da monetarização nas trocas em alguma medida tensionou as instituições que garantiam a sobrevivência num cenário de subsistência nos baixos circuitos da economia, forçando o tensionamento da autoimagem entre uma identidade-nós e uma identidade-eu.

### **7.3.2 Equalizando frequências**

Agora pretendo lançar o argumento de que as arquiteturas normativas do som automotivo contribuíram, no caso de Alex, para efetuar uma operação particular. Elas ajudaram a equacionar a agudização da necessidade de construção de uma imagem unitária do eu (ilusória) intensificada por processos de mobilidade horizontal e vertical – estopim de crises e combustível da reflexividade, diria Lahire (2002) – e as funções que a nova figuração da cidade exigia de certas compulsões individuais no panorama do redimensionamento espacial e simbólico em torno da diversão nas periferias.

Uma das formas através das quais se estabeleceu essa equação pode ser evocada a partir do projeto de som como meio de orientação que emulava, através da projeção técnica e imaginativa do equipamento dos sonhos, a condição de maior autopercepção individualizada no plano mais geral da vida. Isso fazia Alex confundir seu projeto de som com o próprio projeto de construção como pessoa. Penso que se essa correspondência existiu, ela só foi possível porque a maior autopercepção se deu dentro da rede de interdependências que redimensionou os espaços de lazer nas periferias miguelenses e sobrevalorizou o papel de algumas personalidades festeiras.

Alex Sandro aspirava ao reconhecimento enquanto uma espécie de DJ, não revelada explicitamente, mas com quem compartilhava com todo o bairro de forma contenciosa. Ao tempo da minha visita, as caixas do seu equipamento já ficavam há pouco de encostar no teto,

e era assim mesmo que arrastava para a calçada, como muitos em São Miguel, para “curtir a farra” exibindo todo o seu conhecimento musical popular. Passei tempo considerável de nosso encontro conhecendo artistas e categorias da música caipira, do brega, do arrocha, do funk apresentados por ele, com o som nas alturas por volta do meio dia. Ele era um verdadeiro especialista cultural, com grande acervo de CDs e DVDs *piratas* empilhados e pen drives com milhares de músicas que usava para animar suas festas – e a de alguns vizinhos, por extensão – em fins de semana e feriados.

Esses momentos atavam redes de valorização mais extensas que incluía, além de outros proprietários de som da cidade – com que trocava informações constantemente –, familiares, amigos e vizinhos que pegavam carona em sua diversão. Seu som já era elemento imprescindível nas festas da família, e de todo lado apareciam pedidos de empréstimo, o que não costumava fazer. Poderia ajudar um irmão a *montar* um som, como realmente aconteceu, dando equipamentos que considerava mais “fraquinhos”; já havia, uma vez apenas, emprestado a um “parceiro”, mas tinha, realmente, dificuldade de emprestar. Pensava como outros para quem emprestar o som era arriscado. Podiam quebrar pelo mau uso; podiam chamar a atenção da polícia. Segue-se que um *habitus* moralmente refratário à diferença, retratado no Nordeste pelas acusações de *amostramento*, com que Bourdieu identificaria um mecanismo de solidariedade de classe desenvolvido pela parcela mais pobre, não parecia operar como suposto nesse caso. Pelo contrário, certo grau de estilização, correlata da individualização na teoria bourdieusiana, ganhava, estranhamente, legitimidade, não ausente de tensões, imagino.

Essa pequena disputa pelo som era um aspecto do processo de periferização de São Miguel. Nos últimos 20-25 anos, acelerou-se, paralelo às migrações, um processo de reorganização das interdependências socioespaciais que promoviam o lazer nas periferias da cidade. Mais integradas em comunidades de ruas e bairros no passado, redefiniram-se significativamente em torno da iniciativa pessoal e familiar de um lado, e das igrejas do outro, marcando uma divisão reconhecível entre mundano e sagrado. O primeiro polo abriu espaço para esses *apaixonados* por sistemas sonoros. A obsessão de Alex pelo som, o esforço de poupança, a projeção da montagem e sua dedicação à construção de um acervo cultural popular tinha entre seus fins o reconhecimento de suas habilidades culturais por uma coletividade

castigada pelo processo brutal de urbanização nas últimas décadas que tornou espaços comunitários de lazer mais rarefeitos.

Junto com os sons, também uma miríade de congregações evangélicas desencontradas, grupos católicos e juvenis se dividiram para suprir essas carências. Mas diferentes dessas, que tinham mais complacência com a sociedade miguelense, as festas de Alex fizeram com que sua casa fosse visitada pela polícia pelo menos duas vezes, quando foi notificado sobre a possível apreensão de seu som. Desde então, vivia, pesadamente, sobre a sombra desse acontecimento, desenvolvendo toda uma armadura de controles, estratégias e discursos para evitá-lo e justificar sua *paixão*. Todos estavam no seu direito de reclamar, dizia; às vezes ele exagerava mesmo, principalmente quando ficava bêbado. “Era o álcool subindo e o som aumentando”. Mas, justificava, o som estava na sua vida desde pequeno. Era algo dele.

O grande antagonismo que se formara entre a “sociedade miguelense” e os donos de sons (que remontamos em SANTOS; RODRIGUES, 2019) não deixou em branco nenhuma das partes. Por um lado, as instituições tiveram que criar aparatos legais e ilegais para lidar com esse “problema de ordem e saúde pública”, figurando entre elas operações, regulamentações e abusos por parte de policiais. Por outro, as brigas, desconfianças e ressentimentos entre vizinhos, crescentemente mediadas por instituições reguladoras e punitivas ao longo do tempo, contribuíram para criar modos de autorregulação individual baseados no equilíbrio tenso entre controle e excitação.

Com a vizinhança não, mas já teve polícia duas vezes. A primeira não sei quem chamou. Na segunda foram várias denúncias para um paredão que estava ligado em alguma rua atrás. Meu som no dia estava ligado com as duas caixas menores do lado de fora, enquanto fazia um serviço na casa com alguns amigos, bebendo e conversando. Não estava alto. Estava normalzinho. A polícia pediu para desligar e recolher, se não ia levar. Eu desligue e depois liguei de novo quando foram embora.

A psicogênese dessa personalidade festeira que desenvolveu senso de autopercepção e reflexividade estética aguçados não pode, assim, ter sua origem compreendida, imagino, sem que se atente à fina modelação dos controles pessoais e institucionais exercidos sobre os

*amantes* de som. Esses mecanismos que incutiam uma constante desconfiança sobre a presença das autoridades, ou de delatores, estava na raiz de discursos defensivos, da racionalização em torno da ordem social e da justificação da sua *paixão*, incitando o olhar retrospectivo para o passado. Era um motor de reflexividade alimentado pela paisagem socialmente mais heterônoma e conflitiva formada no processo de periferização a qual os bairros mais pobres da cidade haviam se tornado.

### **7.3.3 Retornando à fazenda, nunca como antes**

A forma como essa nova ordem simbólico-identitária se impôs não foi sob uma total desintegração dos vestígios do mundo vivido no passado. Tratou-se de uma adaptação de antigas disposições às novas condições sociais em que existia maior retesamento que no passado entre os planos de integração familiar/comunitária e mercantil, sobretudo. Isso resultou em uma relação mais tensa entre a regulação coletiva e a autorregulação individual.

A crença na continuidade da sua *paixão* através do tempo, penso eu, ajudara não só para suportar a dor emocional provocada pelas rupturas com a comunidade da fazenda, idealmente integrada, mas para ajustar disposições incorporadas às novas condições sociais de fragmentação espacial, cultural e afetiva. A fazenda não voltaria nunca mais, isso era certo. Mas sua família, com exceção de seu pai, falecido, voltou a se encontrar, de tempos em tempos, reintegrando os membros agora dispersos em bairros e cidades diferentes nas festas que organizavam coletivamente.

Sempre que podiam, iam ao Peri-Peri (distrito pertencente ao município de Boca da Mata, próximo a São Miguel) para casa de sua mãe, personagem um tanto negligenciada em sua narrativa, onde “sempre tem que ter som e cachaça”. Era assim que ele, seu irmão, suas irmãs, sua mãe e seu padrasto costumavam se reunir. Alex então dava um jeito de levar um som menor que tinha, junto com parte de seu acervo de CDs, DVDs e pen drives, para assumir o comando da festa. Era como se buscassem recriar, dessa maneira, a atmosfera comunitária da fazenda, incorporando-a a novas formas de ordenação social que o fizeram responsável pela diversão coletiva.

#### 7.4 INDIVÍDUO E MODERNIZAÇÃO NAS PERIFERIAS: UM QUADRO INTERPRETATIVO

A análise da trajetória de Alex Sandro vincula-se ao desafio lançado pelo pontapé inicial da sociologia clássica, em Durkheim e Simmel, para traçar os mecanismos de individualização e de subjetivação em distintas figurações históricas, particularmente naquelas formadas pelos processos de constituição dos estados nacionais. Daí em diante, o alvo cognitivo de estabelecer a relação entre processos e estruturas sociais e a constituição de padrões de individualização ganhou contornos mais fortes, seguido por muitos outros esforços (ELIAS, 1995; 1994; DUMONT, 1993; MARTUCELLI, 2007; BECK; BECK-GERNSHEIM, 2002).

Dentre esses, Danilo Martucelli tem produzido trabalhos importantes para a compreensão do fenômeno da individualização (2007; 2010; 2012). Parte desse esforço consiste em criar ferramentas conceituais e produzir sínteses teóricas que adequam o instrumental da sociologia à condição das sociedades europeias atuais, altamente individualizadas.

Num trabalho caro à nossa discussão, em que inquiriu sobre a existência de indivíduos no Sul, Martucelli (2010) esboçou outro capítulo relevante de sua sociologia. Tendo como objeto especial a América Latina, professou, contra diversas teorias que definiram o status do indivíduo no subcontinente em relação a presença/ausência da modernidade europeia, a busca dos processos estruturais que produziriam singularmente indivíduos naqueles contextos institucionais. Ao observar os diversos metarrelatos construídos sobre o indivíduo, de que também faria parte aquele das transformações ocorridas no processo de democratização das últimas décadas, sustentou ser preciso desfazer-se das suas representações, pois usariam um modo de comparação mutilante. Não se deveria, pois, estudá-lo a partir dos processos de modernização, que o fariam surgir soberano, mas a partir da estratégia analítica da individuação, que levaria em conta outros fatores presentes nesses países.

Estariam entre esses fatores as debilidades institucionais da democracia, as instabilidades econômicas, o poder tradicional, o autoritarismo, o clientelismo... Visto a partir dessas lentes, sumariamente, o indivíduo latino-americano seria socialmente antagônico, altamente vulnerável aos movimentos conjunturais, economicamente dependente, devendo assim lidar com as contingências de modo pessoal. Distintamente do indivíduo moderno, que

reserva em seu espaço de autonomia barreiras à intimidade, seu mundo seria marcado pelo compartilhamento da interioridade com outros atores sociais. Os indivíduos na América Latina poderiam ser definidos, enfim, como um conjunto estrutural que não tem sua principal razão de ser nas instituições modernas, mas nos intercâmbios da vida social.

Penso que essa teoria perde muito do seu alcance num contexto em que se aprofundam o processo de periferização urbana, a financeirização, a participação no consumo dos mais pobres e a consciência dos direitos nos mais remotos interiores de um estado conhecido por sua suposta resistência à modernização econômica e cultural – Alagoas. Afinal, o som automotivo ensejou também a mobilização de aparatos institucionais democráticos motivados pelo direito ao sossego em cidades, bairros e comunidades que até pouco tempo eram dominadas por formas não institucionais/estatais ou ilegais de gestão do conflito.

Acredito que capturar individualidades formadas “fora da sombra analítica da modernidade”, ainda que formando perfis complexos com esta, não interessa tanto ao entendimento de transformações nos padrões de individualização que se processaram justamente pelo alargamento dos espaços do mercado, do consumo e da política. Pelo contrário, poderia reforçar o dualismo entre os sistemas moderno-democrático, holístico-individualista e tradicional-arcaico-autoritário que tanto mistificou os mecanismos de dominação social no Brasil, mesmo quando sua intenção se coloca como muito diferente e até oposta (SOUZA, 2018; 2019). Isso porque, quando Martucelli elege os fatores alternativos de individualização, eles ficam muito próximos daqueles usados para enfatizar o arcaísmo das instituições, restabelecendo, sub-repticiamente, “a sombra analítica da modernidade” (p. 290). Enfim, o sociólogo não parece fugir muito do que Souza (2019; 2021) elege como princípios da dominação simbólica do Norte sobre o Sul, a oposição entre mente e corpo. Por exemplo, o compartilhamento da interioridade, que é uma característica do individualismo latino-americano, não estaria muito distante do déficit de autocontrole e, de forma mais contundente, de uma tendência mais impulsiva e natural. Do mesmo fato deriva a personalização das relações sociais e as supostas consequências da crônica dependência econômica.

Uma chave para interpretar esses fatos pode estar, precisamente, nesses meios de hierarquização modernos por meio dos quais se posiciona o Brasil na periferia do mundo. Se isso é admitido, antes de qualquer coisa, a trajetória de Alex deve ser inserida, decisivamente,

no ambiente moral das instituições modernas, adicionando o fato de que elas existem no fluxo temporal aberto de integração e desintegração social (ELIAS, 2000). O som automotivo, um objeto cultural aparentemente banal e subvalorizado, é um pequeno capítulo dessa história. Como vimos, ele parte de um jogo das lutas por classificação e desclassificação social que nega duplamente a Periferia. Torna-se necessário então compreender como essas economias morais estruturam objetivamente as lutas por valor humano também nas periferias.

Mais especificamente, sem compreender como a individualização expressa posições sociais, deslocamentos nas hierarquias de classe e expectativas de dignificação, ficaria difícil de entender como essa história de vulnerabilidade social, trauma e desterramento pôde ser convertida, na contramão de um indivíduo gerado pelo subterfúgio, em um sentimento mais forte, compulsivo de unidade psíquico-biográfica, mantida pela inegável disciplina direcionada à autoconstrução pessoal. Pelo contrário, a atribuição do processo progressivo de montagem de som a uma tendência natural desenvolvida na sua biografia já era efeito das ilusões de unidade que faz parte da ideologia moderna (LAHIRE, 2002).

É possível, entretanto, tornar essas noções de vulnerabilidade úteis e fugir das suas armadilhas, assim espero, se levarmos mais a sério o pensamento processual. Para tanto, é preciso assumir que 1) as soluções individualizadas para a insegurança, a imprevisibilidade e a precariedade constituem parte das disposições das classes mais vulneráveis, privadas historicamente, como outsiders, do acesso aos capitais econômico e cultural e de organização política, em maior monta aquelas marcadas pelo *habitus* precário; e 2) que elas são reconhecidas praticamente como constitutivas de uma individualidade inferior por atores sociais capazes de perceber os sinais distintivos da individualização europeia e estadunidense emulada pelas elites e pela classe média “educada”, do tipo que Amilton, Brasit e outros procuraram atribuir aos *hobistas* (independentes economicamente, educados, estudados).

Assim sendo, a trajetória de Alex parece situá-lo num processo crítico de transformação das suas disposições internas em direção ao desenvolvimento de um padrão diferente e mais agudo de individualização criado no tenso processo que se operou na reordenação das cidades alagoanas nas últimas décadas. No que tange a noção de *habitus*, mais especificamente, desloca-se aqui o olhar analítico mais decisivamente para a transformação histórica e para a reconfiguração da economia dos afetos, antes que de sua reprodução, recuperando mais

propriamente a noção eliasiana (LANDINI, 2007). A transformação da dinâmica das cidades, intimamente dependente do processo de periferização nos últimos trinta anos, promoveu, no caso de Alex, o desenvolvimento de um padrão de autorregulação que reprocessou sua história incorporada a partir da exigência de controles muito específicos sobre suas expressões. Dela aflorou, de um lado, um sentimento mais intenso de interioridade e singularidade e, de outro, a capacidade de articular autocontrole e excitação.

Essas habilidades tiveram como condições de emergência, o que já foi dito, o cruzamento de espaços sociais heterônomos no contexto da erosão da autoidentidade, da dilatação de espaços de exercício da ação sentida como mais autônoma no terreno do mercado e das práticas na arena onde, tratando-se do som automotivo, efetivamente os controles incidiram de forma mais direta: os espaços de lazer e diversão.

Se o imaginarmos como uma afinidade eletiva weberiana, poderíamos dizer que o som automotivo envolveu Alex em um ambiente institucional com papéis socialmente reconhecidos e histórico-biograficamente compatíveis com o desafio de reconstrução da identidade pessoal, social e de gênero que se impunha. Isso se deu quando certo tipo de individualismo hedonista, que se realiza nos espaços mesmos de diversão, passou a ganhar força na conquista de reconhecimento e autorrespeito. Curiosamente, para reforçar a ideia dessas homologias entre trajetória, disposições e jogos sociais, foi nesse mesmo contexto que a *paixão* manifestada pelo som, mais geralmente entre os *amantes*, ganhou força como um critério objetivo de valoração o qual, entre os *empresários*, mistificava a dependência do dinheiro e do conhecimento perito para sustentar sua superioridade moral, e, entre os *lisos*, visava incluí-los na categoria de *amantes*. As condições mais gerais para a existência dessas lutas residia no reposicionamento da diversão como mecanismo institucional de ressignificação dos símbolos e, com eles, do reposicionamento em hierarquias sociais (FARIAS, 2011).

Penso que essas categorias surgidas da análise da trajetória de Alex ajudam a iluminar, em pontos distintos, aspectos de trajetórias de outros atores oriundos das periferias para quem o som automotivo forneceu uma coleção de jogos, linguagens, modelos de personalidade, ideias e expectativas de reconhecimento compatíveis com o sentimento mais agudo de busca por dignificação social através de realizações quase sempre sentidas como emanção de uma essência individual. Essas realizações, entretanto, como no caso de Alex, não podem ser

compreendidas sem que nos atenhamos, nos relatos, aos constrangimentos *de* indivíduos e habilitações *como* indivíduos que o processo de periferação das cidades e de constituição de redes de serviços de diversão popular carregou nas últimas três décadas.

## 7.5 UM ROQUEIRO GUARDADO PARA OS ÍNTIMOS

Nesta análise da trajetória de Júnior Bebidas, quero lançar a hipótese de que o som automotivo forneceu um amparo institucional ao sentimento de represamento de propensões individuais. Ela decorreu de constrangimentos sobre a expressão de uma particularidade que sentia ocupar posição central em sua identidade, mas era impedida de ganhar todo o espaço desejado. Trata-se de traçar, guiado por suas palavras, o modo através do qual a expansão da rede de serviços em Arapiraca, digo, a diferenciação de espaços e práticas de diversão popular orientada para um sentido determinado, impediu que realizasse suas aspirações mais fortes. Ao mesmo tempo, criou, através do som automotivo, canais de expressão de outras propensões buscadas na dialética narrativa entre fatos da história pessoal e interioridade. Quero indicar que as funções que os donos de paredões ganharam na paisagem da diversão arapiraquense constituiu espaços de gratificação para Júnior a partir da sua *paixão* pelo som.

Já sabemos que, desde os 8-9 anos de idade, ao ver um som na carroceria de uma caminhonete, Júnior desejava ter um equipamento como aquele. Estava mais para um trio elétrico que para um paredão, que nem existia nos idos da década de 1980, mas para ele era uma continuidade com o som que tinha na época de nossa conversa. Tinha, com isso, aquele mesmo senso de unidade psíquico-biográfica de Alex para com seu projeto de som. Presenciara aquela cena, a qual lhe marcou muito a memória, numa cidade do interior de Sergipe, para onde partira de Arapiraca, nessa mesma idade, para uma trabalhar em uma fábrica popular de doces de uma família que o apadrinhara por alguns anos. Aquele não era, por certo, a única referência significativa que tinha de aparelhos sonoros. Na comunidade em que morava, afastada da cidade, era muito comum seus vizinhos colocarem as radiolas nas calçadas para se divertirem, semelhante ao que acontecia em São Miguel. Para ele, entretanto, aquele som em Sergipe foi o marco fundador do que viria a se tornar seu som no futuro, um som automotivo que jazia, prestemos atenção à coincidência (será?), na carroceria de sua caminhonete.

Júnior usava, também da mesma forma que Alex, a história de seu “som do coração”, que montara ao longo de parte da vida, como uma forma de descrever, em paralelo, momentos importantes de sua trajetória. Fiz uma descrição mais detalhada do seu processo de montagem na parte 3. Desde seu primeiro som automotivo lá entre 2000-2001, que chamava de “ratoeira”, menosprezando sua capacidade técnica em relação aos paredões, havia “trabalhado muito” e montado, peça por peça – e dívidas –, o som de então, que estava longe de estar terminado. Mas diferente do miguelense, tornara-se um pequeno *empresário* da publicidade e da diversão populares que, mesmo algumas vezes endividado por causa do seu *vício*, ocupava, ainda sim, lugar de maior conforto material – casa, carro, motos que negociava e, claro, três paredinhas, uma das quais, dizia, não vendia por nada. Até aí, Júnior não enredava a sua narrativa sobre traumas e rupturas afetivas, mas em sua ascensão social contada, timidamente, através da história de seu som e de todo dinheiro gasto.

O *empresário* estava no centro dos acontecimentos do som automotivo na cidade. Era fornecedor de bebidas para outros tipos de eventos, shows, festas, mas, como era parceiro de Ygor Paixão, que dominava a região com a V8 Eventos, tinha, por isso, acesso ao que de mais dinâmico e organizado acontecia na cidade e área circunvizinha. Além disso, como *amante*, costumava também viajar para eventos de outras cidades e estados para competir, curtir e prestigiar amigos e equipamentos de outras regiões. Os paredões não eram apenas um eco distante – embora contínuo e persistente – na vida de Júnior como era para Alex, seus irmãos e parceiros, mas algo de que participava, influenciando, em alguma medida, no curso das transformações do setor. Estava nos eventos para emparelhar seus equipamentos e, desse modo, ajudava a definir com outros *amantes*, sem ter exatamente essa intenção, os padrões de potencialização da região que deveriam ser ultrapassados por novos investimentos, criando um círculo virtuoso, da perspectiva de um *amante*, e vicioso, para os reclamantes, de constante aprimoramento técnico (as consequências disso para o tensionamento dos espaços urbanos me parecem um tanto óbvias). Júnior vivia os jogos do som automotivo com certo protagonismo e, muito embora não estivesse entre os donos de equipamentos famosos, fazia parte daquela classe distinta de proprietários de sons que queria ser a única.

Nada do que vi representava mais esse fato que sua participação no Arapiraca show Car. Em pé, tinha na sua frente dois de seus sons de carrocinha “conjugados” ensurdecidamente.

Ao seu lado, jazia também seu equipamento preferido sobre a caminhonete. Nesse vértice formado pelos aparelhos, ficava Júnior e sua turma de amigas e amigos em volta de uma mesa alta, como aquelas de boate, repousando as bebidas das quais tinha acesso privilegiado. Som estourando, “open bar”, amigas e amigos, plateia ao redor. Até parecia uma letra de forró eletrônico, não fosse o contexto mais geral de deslocamento da libido dos *amantes* e da maior parte do público para rachas e outras sociabilidades competitivas.

Inesperadamente, na oportunidade de nossa conversa na praça principal de Arapiraca, Júnior fez uma revelação desconcertante para mim, que mantinha outras expectativas sobre ele. Quando o *empresário* estava em casa, ou com seu círculo de amigos mais próximos, ouvia aquilo que realmente gostava e que estava longe de tocar nos eventos de som automotivo: Heavy Metal. Iron Maiden, Bruce Dickinson e Metallica estavam entre seus artistas preferidos. “Isso corre nas minhas veias desde os 6 anos de idade”.

Depois de passar quase 3 anos no interior de Sergipe, retornou à Arapiraca e atravessou sua adolescência frequentando encontros com os roqueiros da cidade. Eu mesmo conhecia alguns desses. Contou que andava, diariamente, de 6 a 8 quilômetros do bairro onde morava, afastado da cidade, para uma praça no centro para conversar sobre rock e, às vezes, tomar cachaça pesada. A *paixão* pelo rock e a visão de negócio levou o roqueiro a promover um evento que, mais tarde, serviria de referência para outras cidades do interior do estado.

O Arametal teve 4 edições, de 2000 a 2004, e reverberou na cena rock em Alagoas com apresentações de bandas locais, de outros interiores e da capital. Muitos jovens se deslocavam de seus redutos, ficavam na casa de familiares e amigos, hospedavam bandas em suas residências, tudo para viver a experiência, rarefeita naquela região agreste, de compartilhar estilos de vida, ideias e ídolos sentidos como uma cultura desviante em relação à sociedade arapiraquense.

A iniciativa pioneira de Júnior em eventos de metal tinha como contrapartida, além das propensões para a música que se tomou forma em sua trajetória, a reorientação compulsória dos investimentos de negócios na cidade para o desenvolvimento do setor de serviços. A crise do setor fumageiro, que dominava a atividade agrícola e industrial em Arapiraca, redefiniu o perfil e a origem dos investimentos. Estes vindos então, em boa parte, de Maceió, impulsionou migrações do campo para a cidade e constrangeu a mão de obra para iniciativas no trabalho

informal, no qual estavam aqueles voltados para a diversão. Anos antes, quando já se sentia a derrocada da “terra do fumo”, as micaretas, sob o nome de Micaraca, colocavam-se como uma oportunidade de investimento lucrativo em torno do qual se gerava renda para milhares de trabalhadores informais. A paisagem de uma cidade cada vez mais voltada para a exploração de serviços emoldurava a idealização e realização do Arametal.

A postura orgulhosa ao lembrar do evento logo deu lugar ao lamento pelas dificuldades encontradas para prosseguir com seu projeto. “A sociedade, para esse tipo de projeto, é cabeça dura”. A conversa se encaminhava, a partir daí, para um registro do sentimento de coerção sobre ele e outros *amantes* de música extrema exercida não só pela sociedade em abstrato, mas pelo modo como setores da estrutura de serviços limitavam materialmente sua iniciativa em Arapiraca. Os roqueiros, até aquele momento, mais de uma década depois do último Arametal, cobravam-lhe ainda uma nova edição, e ele tinha muita vontade de realizá-la, mas não havia sequer estrutura para as especificidades do tipo de show que almejava. Já havia pensado, cuidadosamente, nos mínimos detalhes que o faria retornar à glória do passado, entretanto, restrições de ordens material, moral e financeira se impunham decisivamente contra sua vontade. Não tinha saída.

Só teria um ambiente aqui em Arapiraca, que seria a sede do Asa (time de futebol da cidade), mas não existe mais a sede do Asa. No clube dos fumicultores não rola, muito vidro; no clube dos Professores também não dá certo; no Levinos, muito caro; no ginásio, por causa do tapete, muito caro e não pode bebida alcoólica.

Considerando isso, não é demais acreditar que o *empresário* transferiu muitas de suas expectativas de gratificação pessoal e social dos eventos de rock para os de som automotivo. Em primeiro lugar, os encontros de paredões harmonizavam necessidades profissionais, seu espírito empreendedor no ramo de eventos musicais, com que já tinha uma história, e o crescimento de uma demanda popular por diversão, de que o *boom* do som automotivo na região pode ser um bom indicador. Está claro, nesse sentido, que a reestruturação dos setores da economia arapiraquense e o processo de periferização descrevem parte dos elementos implicadas do mecanismo que colocou todas essas dimensões juntas. Por outro lado, penso que

o som automotivo forneceu subsídios ideais – a *paixão*, o *vício* e, sobretudo, o *projeto* – para que reinterpretasse sua vida de então, afastada dos eventos de rock, como uma continuidade indubitável do que definiu ser parte de si, embora como uma disposição conscientemente secundária. Afinal, o sonho de *montar* o som ideal nascido na sua infância fora capturado no futuro pelo modelo de desenvolvimento progressivo dos paredões, ainda que esse ideal tenha se deslocado, sub-repticiamente, do modelo trio elétrico para o SPL-Trio sem qualquer vestígio de consciência mudanças que provocaram descontinuidades nas lógicas de diversão e de autopercepção individual. Se tudo ocorreu dessa maneira, Júnior viveu então um conflito interno entre disposições e seus pesos sociais “dobrados” (LAHIRE, 2002), talvez até contrastantes, acionados pela morte simbólica lenta do projeto do Arametal.

No lugar dos empreendimentos culturais centralizados por parcelas do alto empresariado organizado em torno da exploração de circuitos de micaretas, que configurou a era dos trios elétricos em Arapiraca, os paredões representavam, antes de tudo, a pulverização de ambiências sonoras e festivas amadoras. Eles refletiam, sob um primeiro aspecto, o poder crescente da esfera da diversão, numa sociedade mais dependente do setor, como elemento que dividia com o trabalho o papel de produção de identificações, sem querer pôr mais lenha no debate sobre a centralidade deste no mundo contemporâneo.

Era realmente difícil distinguir, na verdade, o que era trabalho e o que era diversão na profissão de Júnior. Enquanto colocava seu som para tocar no Arapiraca Show Car, estava também expondo dois deles para a venda, administrava o fornecimento de bebidas e tomava cerveja, “curtindo um som” com sua turma. Essa distinção entre trabalho e diversão certamente existia, mas em parcelas de tempos fracionados entre momentos de controle, relaxamento e excitação, em homologia do que se passava com Alex em relação à vizinhança e à polícia.

Sob outro aspecto, pode-se dizer que o som automotivo representava uma cultura individualizada, pautada num senso aguçado de estilização de pessoas e personalização de objetos, que encontrava legitimidade nas redes urbanas as quais configuravam os espaços de diversão popular. Algumas descrições ao longo do trabalho sobre a relação entre projeto e montagem de som revelaram que autocontrole, pensamento prospectivo e uma aguçada reflexividade técnico-estética trabalhavam, em medidas diferentes, para lapidar uma autoimagem estilizada dos *amantes* de sons. Ambos os momentos certamente atuaram para que

Júnior transferisse parte de suas expectativas de reconhecimento dos eventos de rock, que viraram mito entre os roqueiros e era para Júnior, particularmente, uma fonte importante de gratificação pessoal, para os paredões.

A vivência de Júnior sob os constrangimentos e habilitações da orientação que tomou a estrutura de serviços em Arapiraca, que fechou as possibilidades para a realização do Arametal, mas, por outro lado, abriu canais de valorização social para outras porções da sua individualidade, teve como consequência a moldagem de uma estrutura de autocontrole própria do cruzamento de paisagens heterônomas – a cena rock, o circuito dos paredões – com distintos poderes, legitimidades e oportunidades de reconhecimento. Isso pode ser representado pela ética de respeito aos espaços de diversão, gostos e individualidades que demarcavam fronteiras claras entre suas preferências e a dos outros.

N – A galera do som automotivo não acha estranho seu gosto por rock?

J – Não, porque eu não mostro. Aí onde eu tô [com meus amigos] é o meu público. Não adianta você estar num aniversário e botar umas coisas que você gosta, só você. Porque eu curto tudo, eu sou eclético: brega, forró, rock, dance, todo som eu curto. Não é porque eu curto Heavy Metal que eu... é errado. Tem que compartilhar o que o povo gosta e o que a gente gosta.

Penso que as pressões internas e externas que envolvia a busca por gratificação pessoal, e o decorrente equilíbrio entre essas expectativas de reconhecimento e as oportunidades objetivas que os circuitos de som automotivo criaram parecem estar na origem desse modo de autorregulação individual desenvolvido como uma ética da diversão. “é errado. Tem que compartilhar o que o povo gosta e o que a gente gosta”.

As funções que os *amantes* de sons ganharam nas redes de diversão urbana, daquela forma que procurei explicitar no contexto da praia da sereia, sinalizam o comando da moldagem de disposições para experimentar a heteronomia social. Se o *amante* de som automotivo passava, cada vez mais ao longo da última década em cidades alagoanas, a assumir a função de DJs profissionais e amadores, uma consequência foi a sintonização com uma diversidade de gostos, estilos, ritmos, com exceção, é claro, do metal. Foi o que disse Fernando Sound,

produtor de caixas acústicas e instalador de som. “No máximo um Pop Rock”, embora fosse incomum.

Na contrapartida, essa ética da diversão se torna útil para iluminar a formação de fronteiras imaginadas entre Júnior e o mundo, que reforçou o sentimento de particularidade de roqueiro entre *amantes* de paredões. Ela estava localizada nonexo entre o cruzamento de paisagens sociais heterônomas cada vez mais permeabilizadas pelo dinheiro e o aumento da autopercepção como singularidade, que a cultura do som automotivo fornecera meios para desenvolver.

Os conflitos gerados pelas festas de paredões contribuíram muito para a auto-objetivação dos aficionados enquanto grupo de *apaixonados* perseguidos por suas obsessões individuais. A história de brigas, operações, apreensões e ameaças de terem seus equipamentos praticamente tomados pela polícia acendeu as linhas de fronteira entre *amantes* e não *amantes* e fez crescer a solidariedade grupal, sem dúvida nenhuma. Para Júnior, porém, um sentimento de singularidade ainda maior havia se formado ao encontrar meios de valorização pessoal num campo de expressão que não refletia seu amor pelo rock. A sobreposição de uma nova camada de auto-objetivação como eu-roqueiro cercada de controles sobre a expressão conveniente do seu gosto musical representava uma consequência do estreitamento de interdependências que os parques culturais e de lazer urbanos tinham promovido. Esses fragmentos da trajetória de Júnior mostram como o som automotivo passou a concentrar formas distintas, embora entrelaçadas, de luta por dignificação social que capturaram personagens das periferias nos cruzamentos de paisagens internas e externas.

## 7.6 UM ESPÍRITO INVENTOR NÃO RECONHECIDO

Oscar<sup>47</sup> tinha uma instaladora de som automotivo, a Oscar Crossound, num bairro da periferia maceioense. À frente do negócio, dizia se posicionar entre os concorrentes oferecendo serviços diferenciados. Ser diferente de qualquer instaladora de Maceió era o carro chefe da sua empresa. “Sempre fomos criticados [ele e sua equipe] por explorar mais que o comum no som

---

<sup>47</sup> Nome fictício.

automotivo (...) enquanto todos têm costume de ‘seguir o manual’. Nós sempre fugimos para o diferente, porém funcional”. A divisão pronunciada entre um “Nós” e um “Eles”, um “Nós” que se confundirá, posteriormente, mais do que tudo com um “Eu”, era um tópico importante de todo o enredamento discursivo de sua trajetória profissional.

Essa distinção carregava o sentimento de injustiça, em certos momentos de humilhação, que desenvolvera como resultado de dificuldades e antagonismos surgidos da luta para que se firmasse como um instalador de som na capital alagoana. Descrevendo um pouco dessa história, procuro apontar que esse impulso por reconhecimento de suas habilidades de invenção, sentidas como únicas no mercado maceioense, envolveu aspectos da sua trajetória migrante e barreiras colocadas ao conhecimento não formal para a legitimação de inventores no setor.

Até aqui, lidei com histórias de *amantes* de som que tinham como arena de lutas por valor humano os espaços de divertimento de cidades alagoanas. Neste momento, mudo o cenário para as disputas entre técnicos, instaladores e inventores ou qualquer ator que se lançasse a discutir conhecimentos, experimentos e a eficiência de equipamentos sonoros e acústicos, enfatizando os instaladores profissionais de Maceió. Eram alguns destes que, diante das instalações “não convencionais” de Oscar, levantavam suspeitas, às vezes risos dos seus serviços e produtos, que resultavam da realização de experimentos e do aperfeiçoamento ou invenção de novos componentes dos sistemas sonoros. Mas “eles não entendiam do trabalho de instalação, não iam além do convencional”. Em contrapartida, estava preocupado em sempre melhorar o acabamento das instalações, aperfeiçoar alto-falantes, a criar projetos diferenciados de caixote que não só ganhavam nova aparência, como superavam tecnicamente equipamentos maiores, sustentou.

Esse era o tipo de jogo de que participava os nomes mais conhecidos do som automotivo, ou mesmo do campo mais vasta do áudio no país, constituído de profissionais, autodidatas, semi-especialistas e aspirantes. Entre eles, Tico Som, Diógenes e Carlos Correia ficaram conhecidos por marcarem o mercado com suas invenções, ou por terem, junto com a indústria, contribuído para a fabricação de novos produtos. Tico e Diógenes foram atores importantes, apoiados em muitos anônimos, para interpretar, competentemente, as dinâmicas da diversão jovem nos anos 1990 e para dar direcionamento estético-sonoro ao que chamei de SPL-Trio.

Antes deles, outros vieram e se estabeleceram, a exemplo do baiano Carlos Correia, creditado como figura de referência para o aperfeiçoamento dos trios elétricos.

Oscar, conhecendo ou não essas figuras, tinha que partir de padrões instituídos por elas no passado – a exemplo das caixas acústicas TS1, das Diógenes, e, mais significativamente, dos arranjos técnico-estéticos que Fortaleza, Bahia, Rio de Janeiro e São Paulo irradiavam para outras regiões – para estabelecer-se como um técnico-instalador-inventor. O aprimoramento, e, sobretudo, a invenção eram o *nomos* desses jogos do som automotivo. Tratava-se de um canal de excelência para inscrever o nome de um indivíduo na sua história do setor.

Oscar me fazia antever, com a recusa de seus serviços, fragmentos da sociodisseia porque passou para superar os estigmas lançados sobre sua ambição de instalador/inventor – que conquistara uma clientela fiel, mas enfrentava outros tantos críticos – e provar seu valor em um espaço com hierarquias bastante claras a respeito da competência dos atores em posições sociais menos privilegiadas.

Desde sempre eu tive críticas, tipo assim: eu dizia, rapaz, tem como aumentar a potência do alto-falante, aí o pessoal que já era acostumado a mexer dizia assim ‘rapaz esqueça isso. Se o alto-falante fosse pra vir reforçado, já vinha de fábrica e tal, entendeu?’ Até se menosprezando mesmo, porque, se um cara em São Paulo pode fabricar um alto-falante diferente, ou do jeito que quer e bota no mercado e o mercado aceita, por que não na nossa região, aqui em Maceió? Só porque é da terra? Só critica! Aí também tem muito isso... o que escuto muito o pessoal é ‘um engenheiro passou dez anos estudando pra poder fabricar um alto-falante, e aí o cara chega do nada – assim mesmo o pessoal fala – diz que modificou a bobina, diz que melhora alguma coisa...’

A instalação de som automotivo, para o que acreditava ter talento desde garoto, tinha um significado pessoal mais forte para Oscar através do qual procurava fazer sobressair o gênio inventivo que lhe acompanhara quase toda a vida. Experimentar, aperfeiçoar, inovar, inventar, enfim, destacar-se entre instaladores de som automotivo denunciava a necessidade da construção de uma autoimagem positiva como indivíduo que se assentava numa trajetória de fraturas, deslocamentos e cooptação de seus talentos pelas práticas competitivas que ganhavam força com a formação de circuitos de som automotivo no estado.

Oscar, que ao tempo de nossa interlocução tinha 39 anos, contou que desenvolveu sua *paixão* por som pela influência de seu pai. Como no caso de Alex, embora sob condição material um pouco melhor, sua família vivia no campo, num povoado no território da usina Coruripe – no município de Coruripe, a alguns quilômetros de São Miguel dos Campos –, onde seu pai e a comunidade que habitava seus arruados trabalhavam. *Apaixonado* por música “da época”, como Roberto Carlos, que acompanhava as bebedeiras, o pai de Oscar – quando este era ainda muito jovem, entre fins dos anos 1980 e início dos anos 1990 – já possuía dois sons, um em casa e outro no carro. Como um trabalhador da usina, não tinha dinheiro para fazer grandes investimentos no som do carro, mas se preocupava em mantê-lo sempre em operação, trocando os toca-fitas quando necessário. Oscar conta que, com a curiosidade natural das crianças, estava sempre “no pé” de seu pai para aprender. Foi assim que, por muito observar e aprender com o som do carro, começou a se oferecer para organizar a fiação do som do “carrinho velho” do amigo de seu pai que ia beber em sua casa.

Desde então, nunca mais parou. “Aos 14 anos já tinha a confiança da vizinhança para consertar aparelhos de som (...) minha carteira de trabalho até hoje está em branco. Nunca mexi com nada não, só com som mesmo”. A confiança que Oscar construíra nessa época em suas habilidades com o som tinha como esteio os grupos primários que o vira crescer e era uma continuidade do mundo vivido até então. Mas a passagem da condição de criança da usina encantada por música para o dono de uma instaladora na periferia da capital não seria, como veremos, uma experiência tão agradável quanto aparentava.

Sua profissionalização como instalador se deu simultaneamente ao desatamento dos laços tecidos desde sua infância e da rearticulação das bases familiares, comunitárias e afetivas que envolveu a mudança para a cidade. Isso implicou o reescalonamento das relações socioespaciais que impuseram o deslocamento constante entre paisagens sociais mais distantes – espiritualmente, mais que espacialmente – e, muitas vezes, hostis. O povoado onde a família de Oscar morava na usina teve o mesmo destino de muitos outros em Alagoas. Suas casas foram derrubadas e muitas famílias forçadas a migrar para a cidade de Coruripe, onde a usina construiu novas casas para abrigá-los. A esse tempo, ainda adolescente, não apenas a comunidade fora desterrada, mas também a rede de amizades e alianças que seus pais construíram desde a infância em Flexeiras – cidade natal da mãe – tive que migrar para a capital, refazendo as bases

socioespaciais da organização social e afetiva que garantia segurança, proteção e oportunidades. Com uma clientela crescente e a necessidade premente de se profissionalizar à medida que chegava à idade adulta, Oscar, até seus 18 anos, passou a fazer viagens constantes, quase diárias, de Coruripe a Maceió de “lotação” por meio da indicação de rede de familiares e amigos que lá passaram a morar. Aos 18, após ter se casado, mudou-se para Maceió sozinho, esperando condições mais favoráveis para levar sua esposa. O trabalho com o som era sua grande, e, pelo que transpareceu, a única aposta profissional.

Na capital, as coisas não foram fáceis. “Aí até chegar na loja tem um bocado de obstáculo...”, disse. Trabalhava, no início, no espaço emprestado por um irmão que produzia caixotes no bairro de Cruz das Almas. Na porta da casa dele, fazia suas instalações com os caixotes que produzia. Tempo depois, Oscar encontrou oportunidade de fazer seu gênio inventivo melhor lhe favorecer. O mercado de som automotivo de Maceió crescia à medida em que paredões e sons de mala se popularizavam, demandando novos equipamentos e conceitos de montagem. Nessa febre, criou um modelo de crossover, alternativo aos importados, muito mais caro se comparado aos que fabricava, que daria mais tarde nome à sua loja. O crossover é um equipamento responsável por enviar aos alto-falantes a faixa de frequência específica que são feitos para reproduzir, evitando ruídos indesejados provocados pela mistura de frequências. Embora os manuais, reviews e discussões nos fóruns de internet considerem sobretudo seu papel para o melhoramento da qualidade sonora, eles também aumentam, disse Oscar, a autonomia do sistema e a força do som, e era com esses argumentos que Oscar esperava vender seu produto. Com seu crossover pronto, Oscar alugou o carro de um amigo de Coruripe e partiu para divulgá-los nas equipadoras de Maceió. Visitou muitas, demonstrando que, com seu aparelho, módulos amplificadores menores tinham desempenho superior a equipamentos maiores. Mas era quase sempre menosprezado.

Serviu muito de mangação nas lojas. Eu chegava nas lojas pra montar, olha aqui, tá aqui instalado, com um som menor, um módulo pequeno com o crossover que eu fabrico e um módulo maior sem o crossover toca igual e tal. E aí, quando saía da loja, o pessoal jogava o cartão, jogava fora, é... ficavam mangando: - isso aí é mutreta – o cara por trás assim da gente – aí tem conversa, não tem condições não de um módulo desse com esse som. Deve ter algum fio pro baixo aí interligando um módulo a outro.

Rejeitado por todas as equipadoras que conhecia, Oscar só teve oportunidade na loja de Clodoaldo, por quem mostrava ser muito agradecido. Era “o dono da maior equipadora de Maceió”, onde a “galera da alta” toda montava seus sons de 70, 80 mil reais. Falando isso, o instalador também intentava fornecer para mim provas de que seu talento não era apenas imaginado. Afinal, eram tantos lhe negando espaço, como manter a confiança sobre o que dizia? Apesar do mundo ter estado contra ele, alguém importante no ramo havia reconhecido seu talento, e não era qualquer um. Isso também lhe dera indícios de que estava no caminho certo. Ao mesmo tempo, à medida que Oscar me contava as agruras de sua vida, ficava cada vez mais claro que essa cruzada pessoal ainda não acabara.

Se desse ponto me é permitido fazer uma síntese ainda maior de seus relatos, nosso personagem encarava esses desafios da sua trajetória de instalador, que culminou com sua profissionalização, como uma luta contra o preconceito de classe (subjacente ao seu preterimento em relação aos engenheiros), a autodepreciação regional, a desconfiança dos instaladores estabelecidos e, num sentido mais geral, contra os padrões culturais que colocavam amarras ao pleno desenvolvimento do que em certo momento de sua vida, aqui indeterminado, passou a considerar parte essencial de sua individualidade – a habilidade “natural” com a instalação, que desenvolvera desde a infância, a experimentação, o aperfeiçoamento e invento de novos aparelhos. Essas atividades se tornaram uma face daquilo que reconhecia no momento de nossa conversa não só como algo próprio de si, mas também com o que mantinha uma relação especial para consigo, ao que destinava muito tempo e engajamento pessoal. O que quero dizer quanto a isso é que a persistência nas articulações discursivas do antagonismo entre o “Eu” e o “Eles”, que emoldurava o desenvolvimento de suas habilidades, mantêm uma relação genética com sua mudança da usina e com o surgimento dos circuitos populares de som automotivo, que alimentou o mercado de instalação e produtos.

Primeiramente, penso ser difícil não estabelecer, a partir dos marcos interpretativos até aqui considerados, a relação entre a crescente percepção da dependência de suas habilidades especiais para ganhar o sustento de sua família, que ocorreu entre o fim da infância e a adolescência, e a integração a redes de interdependências mais complexas, desencaixadas, impessoais e heterônomas com a capital. Já em Coruripe, ainda adolescente e sob a percepção geral de que os bons empregos das usinas próximas ficavam cada vez mais rarefeitos, fato que

devia estar implicado, em grande medida, no constrangimento moral e material para ter uma vida profissional, Oscar passava a estabelecer outro tipo de confiança em suas habilidades. Não havia mais aquela continuidade com o mundo da comunidade de quando realizava consertos para os vizinhos. Era então com o mercado maceioense, pagando passagem com cada vez mais frequência para ir à capital realizar serviços, que passava a construir relações de confiança as quais, como já sabemos, seria mais à frente tensamente marcada pela relação entre estabelecidos e outsiders. Enquanto essas relações eram mediadas por suas redes de parentes e conhecidos, igualmente deslocados de suas origens, as pressões para se firmar como profissional era contrabalançadas pela proximidade cognitiva e afetiva que mantinha com eles. O cenário mudou quando foi morar em Maceió. Definitivamente posicionado entre as redes profissionais da cidade, que crescia com a articulação dos circuitos de som automotivo, Oscar sentia atuar com mais força o controle dos técnicos já estabelecidos sobre as oportunidades de trabalho e crescimento no setor. A relação antagônica entre um “Eu” e um “Eles” passava a ganhar corpo como uma sociodissidência para ocupar seu lugar, que sentia ser singular no mercado.

Na contrapartida dos constrangimentos que acendiam as divisões entre um “Eu” e um “Eles”, como aqueles que foram impostos às modificações nas formas de instalação e ao aperfeiçoamento e invenção de equipamentos, os jogos do som automotivo que se popularizavam forneceram sentidos, modelos cognitivos e expectativas de reconhecimento para essa interioridade que foi superdimensionada pelo conflito. Apesar de estabelecidos no mercado, para Oscar os profissionais que riam de suas invenções muito pouco entendiam do assunto. O que achava pior, não eram criativos, nunca mudavam. Se isso correspondia à realidade geral da capital, não importa tanto. Penso ser relevante considerar que Oscar os percebesse como em desacordo com o progressismo técnico que o som automotivo como um todo desenvolvera nos últimos 30 anos, especialmente o SPL-Trio, e era a partir dessas regras já profundamente inscritas em si que o instalador os acusava.

Ao contrário dos técnicos maceioenses, Oscar se sentia dentro de um jogo diferente. Estava de olho nos movimentos de outros que, como ele, intentavam modificar o mercado a partir da criação, e não apenas da reprodução. Soubera interpretar bem as regras do jogo, e isso lhe impulsionara em sua cruzada solitária para se estabelecer em Maceió. Não coincidentemente, imagino, esses foram alguns dos passos trilhados por aqueles que eram então

reconhecidos como *mestres* do som automotivo ou do áudio em geral e que, por causa disso, haviam estreitado relações com a indústria, um lugar material e moralmente cobiçado.

Oscar estava longe ainda de alcançá-lo, talvez nunca o alcançasse, ou mesmo nem quisesse tanto; mas, quando da rejeição de seus produtos, a expectativa de que suas criações fossem abraçadas pelo mercado não morria ali. Aqueles constrangimentos sentidos com muita força eram redirecionados pelas expectativas geradas com o desenvolvimento de canais de valorização que se estendiam para além da capital. As interdependências estabelecidas com outras cidades e estados, esteio material garantido pela emergência dos circuitos de som automotivo em Alagoas, anunciava um horizonte de oportunidades para concretizar suas aspirações como técnico, instalador, experimentador e inventor de equipamentos.

Depois de sua história com o som automotivo na capital, em certo sentido Oscar não se sentia mais o mesmo de Coruripe. Revelou para mim que então, no início de 2020, diferente da sua juventude, não escutava mais “música atualizada”, mas sim aquelas do tempo do seu pai. “Depois que a gente vai ficando adulto vai regredindo, né? Hoje em dia as músicas são todas sem vergonha, sem respeito...”. Sua experiência de escuta da infância, porém, dificilmente seria revivida, porque nem o povoado nem a vizinhança existiam como antes. Muito menos ele passou por tudo isso intocado.

O som automotivo se tornou no Nordeste um centro irradiador do que chamou de “música atualizada”. Os aparelhos ganharam, inclusive, em alguns contextos, o papel de definir o que é música atualizada, plataforma de impulsionamento de artistas e difusão de novos sucessos. Esse aspecto, como vimos, não passou despercebido pela crítica cultural às “músicas de paredão” e integraram parte das armaduras morais a partir das quais os *amantes* se protegiam dos ataques. Com Oscar não aconteceu diferente. Carregava consigo os controles exercidos pelo e sobre o som automotivo, o que a reação contra o olhar estigmatizador sobre as músicas cumpria denunciar nessas falas.

## 7.7 UMA LUTA ENTRE MESTRES

A narrativa que descrevo neste desfecho do trabalho é um pouco diferente das anteriores. Ela foi inteiramente coligida a partir da atividade de um membro do grupo de som automotivo SAA, Clériston<sup>48</sup>, nos posts e fóruns de discussão ao longo dos quatro anos em que participou mais assiduamente. Com ela, quero dar continuidade a ideia colocada no caso anterior de que as disputas entre técnicos profissionais, amadores, autodidatas e aspirantes constituíram meios para a dignificação de atores das periferias, ajudando a dar forma e justificar um sentimento mais agudo dependência de qualidades – em destaque a virtuosidade técnica – sentidas como uma essência de suas personalidades, quando não expressamente naturais. Especialmente, quero apontar o fato de que o campo de disputas pela consagração dos técnicos que se erigiu com o crescimento e interconexão de circuitos de som automotivo em estados do Nordeste, mediados por plataformas virtuais e aplicativos de conversa, reforçou, antagonicamente, a percepção de um ator da periferia sobre si como personagem singular a partir do cruzamento, que Oscar também tentou realizar, das fronteiras simbólicas de classe que separavam engenheiros e *mestres* do som automotivo daqueles sem título algum.

Clériston tinha trinta e poucos anos em 2017, era casado, pai de três filhos e vinha de uma família simples da capital, Maceió, onde morava em uma periferia da parte alta da cidade. Terminara há pouco tempo um curso da área das Humanas em uma universidade pública, o que considerava uma grande conquista em sua história familiar. Expusera isso em tempo de política, quando defendia uma candidatura do Partido dos Trabalhadores. Por causa de políticas como as de expansão das universidades, promovidas pelo partido, tinha tido a oportunidade de estudar e se formar. Muito provavelmente era o primeiro da família, o que de fato aconteceu para muitos. Era também um dos poucos a anunciar seu voto em um partido entendido como de esquerda, colocando sua preferência no avatar do Facebook. Assim, uma narrativa da história de Clériston teria a formação acadêmica como um momento significativo da sua vida.

Desconheço se o universitário seguiu a carreira de sua formação. O que sei é que era um dos membros do grupo mais intensamente envolvidos nas discussões entre os *amantes* sobre processos de instalação e eficiência de equipamentos. Vou descrever mais à frente o que significa ser “emocionalmente envolvido”. Em 2013, dissera certa vez em uma discussão que não dependia do som automotivo para viver. Seu engajamento em atividades de montagem de

---

<sup>48</sup> Nome fictício.

sons era livre desse tipo de interesses. Podia até ser, porém, com o passar de um ou dois anos, tornou-se um instalador profissional que atendia na porta de casa, mudando-se depois para um pequeno estabelecimento. Tornara-se Clériston Som, que, como Oscar, fazia caixotes, realizava várias experiências e intentava trazer à luz algo novo. Penso que, a exemplo de Fernando Sound, Clériston pode ter tido suas habilidades cooptadas por um mercado crescente, com oportunidades para quem entendia de instalação.

O instalador costumava participar, entre 2013 e 2017, do grupo de *amantes* de som automotivo no Facebook para comprar e vender peças e, com o passar dos anos, apresentar o trabalho, fruto de sua virtuose autodidata, que desenvolvia em projetos de som. Entre outros tipos de caixas acústicas, ele confeccionava o rack que era pensado em conjunto com os equipamentos de reprodução sonora para dar o melhor efeito acústico a sons de mala e paredes. Postava muitas de suas criações, sempre com um ar de orgulho, pondo-os à venda com imagens do desenho, processo e acabamento, e era bastante elogiado por alguns.

Mas quando se tratava de sua atividade na página, atraía-me bastante os debates de que participava, com especial intensidade, sobre conhecimentos de engenharia elétrica, eletrônica e acústica. Nessas discussões, de que apresentarei abaixo fragmentos, Clériston enfrentava engenheiros profissionais, montadores experientes e, certa vez, até um *mestre* do som automotivo do Rio Grande do Norte, Ronival. Por meio da exposição de opiniões provocadas por alguma questão, membros seletos do grupo procuravam argumentar e expor, através de textos, fotos, vídeos e experiências registradas do desempenho de equipamentos, experiências práticas a partir de conceitos abstratos da engenharia e da física articuladas ao processo de montagem. Para mim, eram textos incompreensíveis que só aos poucos foram ganhando alguma coerência. Para Clériston, por outro lado, parecia mais uma cruzada heroica na qual estava envolvida não só a construção da reputação como instalador de som, mas a vitória biográfica através dos estudos e dos ensinamentos que carregava de sua origem simples.

Clériston já apareceu neste trabalho como um figurante no início da parte 6, quando remontei brevemente uma discussão lançada em 2013 por um dos administradores. Vou levá-la à frente dessa vez, colocando o instalador na posição que realmente sustentou no debate, a de protagonista, ou melhor, antagonista.

## DEBATE

Na sua opinião qual caixa de grave rende mais?

- 1 - Turbo Bass(conhecida como canhão).
- 2 - Caixa Euclides mini bazuka ou reduzida.
- 3 - Manifold ou Ts18.
- 4 - JBL W-Horn

Vamos debater na moral..sem confusões por favor!  
Tópico Copiado da SAP...

**Rodriguinho** W-horn

**Krigor** BDepende da litragem! Depende dos auto falantes! Tem vários fatores que interfere no desempenho sonoro... mais as melhores que conheço são a W-horn, , euclides e canhão

**Vavá** Canhão

**Salgadinho** W-Horn e turbo bass

**Péricles** Turbo bass

**Clériston** essa discussão é muito relativa, como o Krigor falou. vai depender muiiiito do que o usuário vai querer ouvir, do que ele gosta de ouvir e do que ele vai querer que o pessoal ouça. se um usuário curte forró, arrocha, musícas com comprovado pico...

Clériston sempre entrava nas discussões assim, prolífico, mostrando a extensão do que sabia a cada comentário. "Vai depender muiiiito do que o usuário vai querer ouvir, do que ele gosta de ouvir e do que ele vai querer que o pessoal ouça...".

**Krigor** Isso mesmo parceiro!

**Washington** já usei a t18 e wpu e ficou otimo!! muito alem do esperado...

**Clériston** Washington, essa da foto são os JBL 1sw3p (as novas WPU) e sinceramente, ela só perde pra W-horn em subgrave. e olhe que eu comparei pq eu fiz tb uma W-horn CCBBD pelo projeto original e o grave é espantoso. pra quem tem espaço nem tem melhor ☺

**Beto** Eu sou fã da Turbo Bass, mas ela maltrata muito os falantes, atualmente eu uso a Euclides e gosto bastante!

**Clériston** Beto, se vc escapou da turbo bass por ela maltratar os falantes, suas euclides não fica de lado não.. o conjunto móvel deles tbm são muito maltratados nesse tipo de caixa....

(...)

**Clériston** Beto, é como falei, essa discussão é relativa. sua noção de subgrave é diferente da minha, diferente da do Elder, diferente da do Andreson... eu tenho uma opinião forma que caixa com pouca litragem não dá subgrave, é até fisicamente comprovado, é só questionar engenheiros especializados em

acústica.. mas cada um é cada um. no fundo todo mundo ta certo e tá errado ao mesmo tempo

**Beto** Cleriston tbm achei que não tinha como sair subgrave da Eclides, por isso pedi dedicação exclusiva ao Ronival no projeto da caixa. Tem ou não tem subgrave Alexandre?

Começa a ficar claro o papel de destaque de Clériston na discussão. Quero dizer com isso que o instalador passou a determinar não tanto os tópicos da interação, mas seu curso e estrutura a partir das posições de ataque e defesa dos *amantes* em relação às suas preferências de caixas acústicas, supostamente justificadas. Clériston, que já tinha ganhado a simpatia de Krigor, procurava oferecer resistência mais bem fundamentada a Washington e Beto em defesa do modelo JBL que adotara, o qual gerava um grave “espantoso”. Para tanto, preocupava-se em mostrar que esse fato não era apenas impressão sua, mas resultado de experimentos com diversos modelos de caixa. “e olhe que eu comparei pq eu fiz tb uma W-horn CCBD pelo projeto original”.

É importante perceber, a partir disso, que a expertise técnica funcionava ali como capital simbólico para o posicionamento relativo dos instaladores/inventores. Não importa o quanto tenham colocado a relatividade dos fatores técnicos e estéticos como ponto de discussão. Era na fundamentação técnica, amparada em conceitos e experimentos, que os membros procuravam se aparar e ou atacar. Por isso, o conhecimento e a intimidade que Clériston demonstrava com a montagem imprimiu autoridade frente aos demais, levando Beto a se amparar em um profissional consagrado até então ausente, Ronival, para defender seu ponto de vista. A partir do flerte com a análise do discurso bourdieusiana (1983), a produção linguística passa, especialmente a partir desse momento, a ser determinada pela posição de cada agente no mercado simbólico (através do poder de justificar tecnicamente os argumentos) e da competência para usar os capitais que possuem. O conteúdo do discurso fica, desse modo, condicionados ao que pode ser dito em termos de legitimidade.

Ronival entra em cena algum tempo após o chamado de Beto, junto com novos membros participantes do debate:

**Ronival** Bem interessante esse tópico. Só acompanhando aqui e vendo o nível de conhecimento tecnico de cada um.

**Tiaguinho** kkk boa ronival

**Wando** Hum

**Crérison** bem Wando, vou simhora pq o nível chegou ao top dos tops agora. meu conhecimento tecnico é pouco demais. até mais galera!!!

(...)

**Ronival** Quer evoluir (Clérison)? A receita é simples! Siga o que se faz se faz em Fortaleza//CE e ponto final! Pra onde vc correr, vai estar indo contra a maré! Aqui no RN no começo era assim. Muita gente debochando das caixas, dizendo que W-horn era melhor, que Turbo Bass era melhor e talz! Hj a ficha caiu e só se faz aqui no RN o que é feito em Fortaleza/CE o caso contrário vc fica pra trás mesmo.

**Clérison** ta vendo que esse tópico é inútil????? começa a mesma ladainha, a mesma babação de ovo. ta ficando chato. a mesma história que estamos contra a maré da “evolução”. se for levar em consideração, só CE e RN são os estados que sabe de som automotivo não só no brasil, mas no mundo... e o Brasil é tão pequeno né pessoal. só existe o conceito que estão querendo empurrar goela abaixo por aqui, o resto tá errado, não presta... É muito fácil vc rebaixar um “conceito” pra dizer que o seu é melhor. (...) não é assim que funciona. uma pessoa que tem uma certa ética, que de forma é formador de opinião tem que dosar e saber argumentar, dizer os prós e os contras, ser sincero, e tbm não é nivelando por baixo as instalações e instaladores que se vai chegar ao que é certo e o que é errado. uma discussão como essa só mostra o quanto tem pessoas influenciáveis, sem opinião própria. na maioria das vezes forma essa opinião sem base nenhuma, só no ouvir dizer, ouvir falar... (...) existe N fatores que fazem alguém montar um som num carro. tem usuário que com um som de R\$ 3.000,00 se dar por satisfeito. tem usuário que quer “chamar a atenção” e quer gastar R\$ 20.000,00. TUDO É RELATIVO

Ao entrar na discussão, Ronival lançou uma sombra na sala, sobretudo sobre Clérison, que dominava até então. Montador profissional de renome no Nordeste, interveio com a confiança (e prepotência) ajustada à sua posição superior no campo/mercado, chamado de *mestre* por alguns, provocando os participantes. “Só acompanhando aqui e vendo o nível de conhecimento tecnico de cada um”. Ronival, sem dizer muito, já causava perturbações na correlação de forças dos antes presentes, ressaltando hierarquias entre os instaladores e determinando as estratégias de lucro simbólico.

Uma forma pela qual isso se operou foi através da imposição um tanto arbitrária de novos termos à discussão. Não era mais exatamente sobre qual caixa acústica produzia mais grave ou subgrave que estava em jogo, mas sobre a existência de padrões técnicos regionais superiores sob a orientação do SPL-Trio, que tinha Fortaleza e Rio Grande do Norte seus centros irradiadores. Dito de outro modo, tratava-se mesmo de fazer reconhecer o SPL-Trio como arbitrário técnico-estético dominante. “Quer evoluir (Clériston)? A receita é simples! Siga o que se faz se faz em Fortaleza//CE e ponto final!”

Isso acentuou sobremaneira o antagonismo em relação a Clériston, primeiro porque era um instalador alagoano, menosprezado por Ronival. Depois porque o SPL-Trio não lhe cabia bem. Gostava de MPB e demonstrava mais seu interesse por qualidade que por potência. No debate mesmo sobre a produção de graves e subgraves das caixas acústicas, fora esse o assunto colocado em questão inicialmente, ou seja, se os equipamentos produziam ou não às faixas de frequências discutidas, uma matéria que, embora seja medida em hertz, era sobre qualidade. Com a chegada do *mestre*, isso mudou. Irei poupar-lhes dos muitos comentários de prós e contras que se seguiram, posicionados mais sensivelmente a favor de Ronival, embora nem sempre contra Clériston. O importante é apontar o fato deste sentir-se um ponto fora da curva em relação aos padrões legados pelo SPL-Trio e à maioria que adotava esses princípios. Na contrapartida, deve-se prestar atenção aos mecanismos sociais que geravam confiança e expectativas de reconhecimento nessa trajetória sentida como destoante da maioria.

**Ronival** O pior que tem muita gente que prefere andar de fusca só por amar o fusca, mesmo sabendo que tem condições de andar em uma BMW 320. Agora me prove que um fusca é melhor que uma BMW, prove! Sem mais! (...) Aqui no carnaval de Caico tinha uma paredinha de Maceió tocando e era motivo de chacota! Parece que tem gente querendo que os trios alagoanos continuem na idade do homem das cavernas! Só pode ser! Rsr

**Clériston** não existe padrão alagoano, você que tá criando isso. Existe padrão de qualidade sonora mundial. Eu já falei e vou repetidamente falar isso. VOCÊ VENDE SEU PEIXE E COMPRA QUEM QUISER. E outra coisa. TUDO É RELATIVOOOOOOOOOOOOOOOOOOOOO!!!!!!!!!!!!

**Ronival** Não estou vendendo peixe algum Jean Carlos, apenas mostrando que existe algo bem mais forte, mais profissional que os arcaicos trios usados hj no estado de Alagoas! Não esqueça que eu conheço os trios de todas as regiões do Brasil! Já escutei um por um e posso afirmar: nada se compara nem de



implicados na luta por respeito e valor humano. Clériston, que, ao alcançar a formação universitária, já sentia sua trajetória se singularizar em relação à sua origem de classe, enfrentava então outras barreiras – regionais, de classe e das hierarquias próprias do som automotivo – para ser reconhecido como instalador.

Esses antagonismos (Alagoas x Ceará, qualidade x potência, consagrado x destituído), semelhante ao que aconteceu com Oscar, certamente ajudou a reforçar um sentimento de diferenciação em relação a outros *amantes* de som. “eu tenho um ‘padrão’ diferente de muita gente. TODA UNANIMIDADE É BURRA!!!!!!!!!!!! eu prefiro ser o diferente e ter minha opinião formada e tenho como argumentar”. Isso porque as relações antagônicas não se resumiam ao espaço de debate e representavam elementos estruturantes das disputas no som automotivo.

Os fragmentos acima apenas chamam a atenção para uma existência mais difusa nos espaços de encontros e discussão. Por outro lado, os constrangimentos ocasionados pelo enfretamento de profissionais e aspirantes guiados pela tendência dominante – a exemplo das pressões auto e alter infligidas para a demonstração de conhecimentos sobre física, eletrônica e acústica – tinha na outra face motivações, regras e espaços de gratificação os quais impulsionavam Clériston a atuar tão intensamente no grupo.

“estou estudando para sintonizar bandpass de 6º ordem “TS15, TS18” com bassbox. Semana que vem vou fazer uns testes, até eu vou ser um mestre, já pensou, ‘mestre Clériston’ kkkkkkkkkkk”. Falou ainda, em tom de deboche, enquanto se digladiava com Ronival. Traduzindo, Clériston estava estudando a harmonização em um sistema das diferentes potencialidades acústicas de três modelos de caixas com o Bassbox, um software de projeção de caixas acústicas. O objetivo dessa experiência era dar origem a um novo sistema acústico. Pelo menos era o que parecia ser sua intenção. Apesar do deboche, o instalador também dizia com isso, talvez sem o querer, que jogava o mesmo jogo do seu oponente. Criar um equipamento, como muitos afirmam que Tico Som e Euclides criaram, alcançar o nível da inventividade tecnológica – que é mais que apenas instalar sons com qualidade, potência e eficiência – seria a aspiração máxima daqueles técnicos investidos nas competições, abertas ou veladas, por reconhecimento de seus pares e, posteriormente, do mercado.

Esses jogos haviam se alargado com o desenvolvimento dos circuitos urbanos, sintonizando as qualidades de autodidatas das periferias ao crescimento de espaços de valorização dessas atividades, e suas regras conduziam a recompensas individuais para seus poucos vencedores. Ao final, estes poderiam dar seu nome à criação, venderiam sua assinatura nos projetos e instalações, aconselhariam a indústria. Nisso, acredito, estava muito do sentido do jogo que atraiu Clériston e outros como ele.

## 8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Durante o trabalho, coloquei sob análise aspectos que considere importantes para a compreensão de conflitos socioespaciais difusos nas cidades alagoanas os quais envolvem *amantes* de som automotivo e sua rede de incriminação. A intenção era promover o distanciamento epistemológico, mas não prático, necessário para restituir parte importante da teia complexa de processos sociais que subjazem às tensões a partir das quais o som automotivo se tornou um inimigo (de certo) público. Surgiu desse esforço a ideia de que atravessam os circuitos periféricos de encontros, competições e festas, codificados pelas redes estigmatizadoras sob o signo do crime, uma multidimensionalidade de lutas simbólicas com efeitos não intencionados que realimentam o panorama de tensões instalado.

Como resultado de tudo isso, as periferias ocuparam um lugar paradoxal no processo de produção de uma autoimagem coletiva. Primeiro, são fonte de valorização de seus atores e atrizes. Estes sustentam circuitos de festas que contribuem para suprir carências por lazer e valorização, desde que se admitiu a centralidade da diversão como formas de sociabilidade e meio de satisfação individual e coletiva. O som automotivo articula, como procurei mostrar, diferentes práticas em que estão presentes expectativas de gratificação, honorificação e reconhecimento, seja numa disputa de som, numa competição de dança ou mesmo nos debates quase incompreensíveis entre técnicos.

Em outra ponta, fornece o esteio material e simbólico para as aspirações de superioridade social do grupo que denominei *empresários*. Para estes, embora não o tenham reconhecido, atores e atrizes das periferias são mais que um contraponto negativo do seu valor social (SOUZA, 2009; 2018). A mudança histórica recente de competições formadas a partir de leituras abstratas para os atuais *rachas* denuncia as pressões que o novo público das periferias impôs, de alguma maneira, às festas e eventos de som. Os paredões têm, assim, não só as carências populares engrenadas em sua configuração, mas também muito de seu gosto e sociabilidades.

Mas ainda em relação aos *empresários*, o sinal também se inverte, não surpreendentemente, e as periferias se tornam lugar de uma dupla negação. São, por um lado, objeto de anátema social e cultural para diferentes setores sociais articulados para regular e

reprimir os amantes de som automotivo, em prejuízo daqueles mais endinheirados que organizavam e conduziam as competições, encontros e festas; por outro, as periferias são discursivamente obscurecidas pelos *empresários* para fazer frente às lutas pela sua reacomodação a classificações da hierarquia moral que tensionou outros eixos de valores existentes. Trata-se do esteio que procuraram na legitimidade do consumo, do lazer e da diversão como forma de experimentar as cidades alagoanas.

Acredito que este trabalho contribui para uma série de estudos que (VIANNA, 1990; BARROS, 2009; TROTTA, 2014; RODRIGUES, 2008; 2017a, 2017b), central ou transversalmente, tem tratado a diversão como objeto a partir do qual é possível perceber formas de dominação, resistências, negociações e lutas de atores e atrizes de classes subalternizadas para mudar sua condição, senão material, pelo menos moral. Essas lutas têm envolvido a conquista de novas fontes de poder materializadas em aparelhos de produção e comunicação marginais, na “pirataria”, em aparelhagens, discotecas, paredões, bailes, festas e shows de periferia, difundidos e articulados por intelectuais e intermediários culturais. Diante dessa discussão, esta tese avança um passo, acredito, colocando mais explicitamente a diversão como um recurso de poder material e moral no qual se credita a possibilidade de reclassificação social positiva, frustrada, muito claramente, no caso dos *empresários* em relação aos seus incriminadores. Embora a dimensão moral sempre estivesse presente nas discussões, afinal as descrições costumavam antepor estigmas a construções tidas como menos distorcidas da cultura e das sociabilidades das periferias, o modo como a diversão pôde fundamentar, no contexto dos últimos 40 anos, expectativas de valorização se mantinha desfocado ou inarticulado. Acredito ter avançado, especificamente, em relação a esse ponto.

Mais geralmente, este trabalho amplia a variedade desses estudos, deslocando claramente o campo e sujeitos principais de pesquisa para além dos espaços das periferias, vistas algumas vezes, já foi dito, como formas de produção cultural autônoma. Diferentemente, procurei focar no encontro, na relação, na interdependência entre atores de distintas classes e frações de classes, conduzido por algumas indicações de Rodrigues, (2008; 2017b). Ao longo do texto, tentei colocar esse entrelaçamento no centro da explicação, da qual a formação histórica recente dos *rachas* são um exemplo.

Com esse olhar, penso que a questão trazida por essa tradição de pesquisas sobre a inexistência de um aparelho de dominação cultural unidirecional, que prive a cultura periférica de legitimidade, ganha uma novidade. Na contramão de dispositivos estatais de regulação, que concorrem para a criminalização de sociabilidades periféricas, circuitos de diversão periférica, sobretudo informais, transbordam sua linguagem para os equipamentos de lazer constituídos, inclusive de espaços elitizados. Isso não tem nada de novo (RODRIGUES, 2017b; SILVA, 2014; BARROS, 2009). A questão, porém, é que se evidencia nesta tese, apesar disso, um mecanismo discursivo interno da ocultação das periferias, e não de reconhecimento e consagração. Ele sufoca, a partir do controle dos *empresários*, posicionamentos identificados com a precariedade urbana e a cultura de periferia, na contramão do processo de formação de uma subjetividade periférica (RODRIGUES, 2017). Isso mostra o quanto aparelhos e instâncias de legitimação cultural vindas “de baixo” podem também ser mobilizadas para lutas não emancipatórias.

Além dessas observações, nestas palavras finais, pretendo indicar cursos para os quais processos sociais com que lidei ao longo do texto se orientaram, lembrando aqui, antes disso, o modo parcial e descontínuo com que foram recriados. Trata-se de reacender as linhas dos processos de periferização, reordenação urbana e reconfiguração de fronteiras morais que subjazem à emergência, forma e alcance dos circuitos periféricos de som automotivo.

Na raiz do espetacular *boom* do som automotivo parece ter convergido distintos processos de modelação das carências e desejos de atores e atrizes das periferias alagoanas que culminaram, no início dos anos 2010, com a plasmação dos paredões como um objeto de diversão coletiva. Penso que, em primeiro lugar, figura o processo de periferização, que motivou o dramático crescimento da densidade urbana de que se seguiu fraturas coletivas, familiares e pessoais. O horizonte de fragmentação, estranhamento e erosão de laços sob condições de vida indignas e hostis que daí emergiram parece ser parte das “forças” que pressionaram, no sentido oposto, a construção de novas coletividades em torno do suprimento das carências expressivas de moradores das periferias através da diversão, como bem coloca Rodrigues (2008; 2017b). Procurei indicar isso com a gênese das equipes de som automotivo e de rolê, que promoviam eventos, festas e gincanas com jovens moradores das periferias. Na

verdade, desde minha pesquisa em São Miguel dos Campos, a diversão parecia canalizar parte importante dessa busca por reagregação.

Em segundo lugar, o adensamento das margens urbanas ocorreu na esteira do processo de integração precária dos moradores das periferias aos mercados de crédito, bens materiais e culturais, e mais geralmente à cultura do consumo acelerado pós anos 2000. O automóvel, mais propriamente o carro “mais moderno”, e eletrodomésticos caros, como o som automotivo, ambos parte das barreiras simbólicas erigidas entre classes médias e populares desde a década de 1970, figuram como imagens-desejo carregadas de afetividade e de propósitos nas trajetórias pessoais de *amantes* de sons das periferias. Esse parece o caso em que um fundo de memória e conhecimentos transmitidos intergeracionalmente medeiam processos de transformação social, pressionando e habilitando novas práticas.

A questão aqui é como a entrada das periferias nessas disputas simbólicas permite vislumbrar um sentido específico do processo de longa duração que envolve a reordenação das cidades em parques de lazer e de consumo, ela mesma uma consequência dos fluxos e refluxos das injunções político-econômicas neoliberais exercidas multilateralmente sobre as cidades nordestinas. Se antigas hierarquias simbólicas entre classes foram desestabilizadas com a periferização do som automotivo, o aspecto mais importante desse fato é que as lutas para redefini-las se deu entre frações de classes diversas no marco material e simbólico da diversão, com o protagonismo de um médio empresariado urbano dos serviços.

O som automotivo, da década de 1990 até então, desenvolveu-se crescentemente dependente do compartilhamento com atrizes e atores das periferias de espaços redimensionados simbolicamente para a diversão. Ele emergia no panorama da decadência dos setores sucroalcooleiro e fumageiro, que configurava equilíbrios de poder duradouros, do crescimento das margens urbanas e do deslocamento da imagem de superioridade social para o alto empresariado urbano dos serviços, marcadamente dos setores turísticos pós anos 2000. A maioria do empresariado, sabemos, existe sob condições de precariedade e, alguns poucos, de relativa prosperidade, como é o caso da elite do som automotivo que procurei indicar nas competições.

Parte das lutas simbólicas que procurei remontar derivam do crescimento desse duplo vínculo entre periferias e um espectro de frações médias urbanas que vivem do comércio de

serviços sob a condição da instabilidade do seu status simbólico ao longo do desenvolvimento das cidades alagoanas como espaços de diversão e consumo. Instabilidade que parece se originar na “vulgarização” de bens posicionais e no atrito entre cultura hedonística e utilitária, por um lado, e humanística e popular, por outro, como fontes de legitimidade. Tal vínculo e tensão entre formas de legitimação cultural podem ser observados quando o estigma das periferias recai sobre os *amantes* de som, onde encontra sua sustentação, mas também quando é nas periferias que a dominação simbólica dos empresários tem mais probabilidade de ser eficaz, ainda mais porque que foi plasmada sob as pressões do público desejante.

Nesse sentido, a direção dos processos que apontam para o estreitamento de interdependências sociais entre esses grupos, no panorama do aumento da sua integração à sociedade mercado, diz respeito também à redefinição agonística das hierarquias simbólicas pautadas pela remodelação dos símbolos de superioridade humana cuja fonte é uma cultura hedonística, diversional e sensível à estilização. Os paredões são aqui os artefatos mais incontestes produzidos para esse fim.

Não menos importante para a redefinição desses símbolos é a construção de ideais de superioridade masculina que se alimentaram da nova cultura urbana nos últimos 30 anos, deslocando os atributos da macheza do mundo rural para a cidade festiva. No campo de lutas do som automotivo, o posicionamento entre classes se mostrou inextricavelmente relacionado ao posicionamento entre homens. O mesmo processo que levou o som automotivo a se definir como um campo de disputas para refazer fronteiras entre classes também o colocou como espaço de posicionamento entre homens que, face a face, inicialmente, e através das redes, depois, disputavam atração do público e fantasiavam ou realizavam a conquista de mulheres com seu poder sonoro, diversional e étlico nas micaretas, festivais e praias urbanas.

É evidente que a posse diferencial de capitais econômico e cultural reforçam as disputas que sublimam provas de força corporais, como os *rachas*. Mas, ainda assim, precisam ser colocadas numa performatividade masculina, viril, que não pode ser totalmente preenchida pelo dinheiro e conhecimento em montagem. No caso das competições entre o que chamei de elite do som automotivo no estado, a atenção direcionada para a qualificação dos *amantes* entre *amantes*, enquanto homens e *apaixonados*, deixando pouco ou nenhum espaço para as mulheres, talvez seja a forma mais contundente de demonstrá-la.

Além disso, e por fim, outro sentido sugerido pelos processos sociais que investiguei talvez seja ainda mais relevante para qualificar transformações não só nas condições materiais e culturais, mas existenciais de atores periféricos. Os espaços de valorização que se desenvolveram na órbita de equipamentos sonoros superlativos se tornaram um canal de expressão das lutas por valor humano enquanto indivíduos.

Particularmente importante quanto a isso é o crescimento do sentimento de responsabilidade de atores periféricos pela autoconstrução de si através dos mercados de diversão. Quis sinalizar, com isso, que se gestou nas últimas décadas um processo singular de individualização de setores populares em Alagoas, articulados a impulsos recentes de modernização, o qual o som automotivo ao mesmo tempo constitui e é por ele constituído, subjacentes à transformação da cultura da periferia.

Esse fato se soma ao conjunto de preocupações que tem se desenvolvido em Alagoas sobre o curso das transformações das condições de vida, dos modos de regulação coletiva e individual e da cultura em periferias de cidades do estado. Elas estão enredadas na crise e transformação de setores produtivos chave da economia alagoana, que contribuíram para definir equilíbrios de poder instáveis, porém duradouros no passado; no crescimento e transformação das pequenas e médias cidades, que redefiniram o papel de suas relações entre si, com a capital e com outras regiões do país; e no conseqüente aumento da integração econômica e simbólica inter-regional e nacional.

Essas mudanças têm sido tratadas como reconfigurações da diversão (RODRIGUES, 2017a), do crime e dos mercados ilegais (RODRIGUES, 2020; RODRIGUES; CARVALHO; SANTOS, 2020; CARVALHO, 2021; SANTOS, 2021), da intelectualidade periférica (AMORIM, 2019), do gênero e da religiosidade (SANTOS, 2017; NASCIMENTO, 2018). O processo de transformação da autoimagem em direção ao aguçamento de uma identidade-eu, que tento sugerir com a história de personagens reais das camadas que passaram a viver na cidade, surge para convergir e tensionar esse quadro.

A questão aqui é o quanto desses mecanismos de individuação pode estar operando nesses diversos campos de práticas, e, em outra mão, o quanto resultam dos processos concretos que cada um comporta. Se estiver correto, e a *paixão* pelo som automotivo estiver inextricavelmente ligada a uma relação moral mais intensa com o fazer-se indivíduo, esse fato

pode constituir parte dos sentidos para os quais estão orientadas mudanças culturais em periferias alagoanas. Mas isso só pode ser avaliado com mais pesquisas.

Quando se trata das margens urbanas, a individualização se torna, normalmente, um tema menos urgente. O significado do som para Alex Sandro, uma forma de permanecer quem era e continuar num mundo transformado, pelo contrário, parece urgente, porque denota as pressões sobre si a partir de uma necessidade existencial inadiável.

## REFERÊNCIAS

A Brasil e a Atual, agradece a Equipe Suave na Nave e Equipe Uz Playboy Lizo e a todos que colaboraram com 1 kg de alimento nos dois últimos encontros... **ASSOCIAÇÃO TUNING ALAGOANA**, 2015. Disponível em: <https://www.facebook.com/watch/?v=936398436416545> Acesso: 10, fev. 2021.

A brincadeira do bobo. **GAZETAWEB**, Alagoas, 10 fev. 2018. Disponível em: <http://gazetaweb.globo.com/gazetadealagoas/noticia.php?c=319721> Acesso: 06 jun. 2020.

A História do Som Automotivo “Ricardo Fontana”- A LENDA. **MTM BRASIL**, 17 jun. 2020. Disponível em: <https://www.mtmbrasil.com.br/index.php/noticias/4054-a-historia-do-som-automotivo-ricardo-fontana-a-lenda> Acesso: 24 jan. 2021.

A História do Som Automotivo Parte 2. **MTMBRASIL**, 03 jun. 2020. Disponível em <https://www.mtmbrasil.com.br/index.php/noticias/4043-a-historia-do-som-automotivo-parte-1> Acesso: 07 jan. 2021.

A História do Som Automotivo Parte 3. **MTMBRASIL**, 03 jun. 2020. Disponível em: <https://www.mtmbrasil.com.br/index.php/noticias/4049-a-historia-do-som-automotivo-parte-3> Acesso: 07 jan. 2021.

Acordo entre MP, polícia e prefeitura de São Miguel dos Campos, AL, busca combater a poluição sonora. **G1**, Alagoas, 21 dez. 2017. Disponível em: <https://g1.globo.com/al/alagoas/noticia/acordo-entre-mp-policia-e-prefeitura-de-sao-miguel-dos-campos-al-busca-combater-a-poluicao-sonora.ghtml> Acesso em: 5 jun. 2020.

ALEXANDER, Jeffrey C. Ação coletiva, cultura e sociedade civil: Secularização, atualização, inversão, revisão e deslocamento do modelo clássico dos movimentos sociais. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 13, n.37, jun. 1998.

ALVES, Ana Rodrigues C. Reconstrução do estilo de vida das classes populares em A Distinção de Pierre Bourdieu: reflexões teóricas para pensar o Brasil contemporâneo. **ANPOCS**, out. 2014. Disponível em: <https://www.anpocs.com/index.php/papers-38-encontro/gt-1/gt03-1/8839-reconstrucao-do-estilo-de-vida-das-classes-populares-em-a-distincao-de-pierre-bourdieu-reflexoes-teoricas-para-pensar-o-brasil-contemporaneo/file> Acesso: 27 jul. 2020.

AMORIM, Adson Ney dos Santos. **Alagoanidade em questão**: notas para uma sociogênese da moderna tradição de narrativas e narradores da identidade alagoana. Dissertação (Mestrado em Sociologia) Ufal, Maceió, 2019.

Apesar de proibido, veículos conseguem circular livremente em praias de Alagoas. **GAZETAWEB**, Alagoas, 04 nov. 2017. Disponível em:

[http://gazetaweb.globo.com/portal/noticia/2017/11/apesar-de-proibido-por-lei-veiculos-circulam-livremente-em-praias-alagoanas\\_43379.php](http://gazetaweb.globo.com/portal/noticia/2017/11/apesar-de-proibido-por-lei-veiculos-circulam-livremente-em-praias-alagoanas_43379.php) Acesso: 06 jun. 2020.

ARRETCHE, Marta. Democracia e redução da desigualdade econômica no Brasil: a inclusão dos outsiders. **RBCS**, vol. 33, n. 96, 2018.

ARRUDA, Raphael Barbosa Lima; ARRUDA, Márcia Roxana da Silva. ARAÚJO, Regis Antônia Dilamar. A construção de sentidos em memes na perspectiva da prática social e da multimodalidade discursiva. **Percursos Linguísticos**, v. 7, n. 16, 2017.

BAILE SANTO - PAREDÃO EDITION XX. **GAZETA WEB**, Alagoas, 2018a. Disponível em: <https://gazetaweb.globo.com/portal/imprimir.php?c=59832> Acesso: 06 jun. 2020.

BARBERO, Jesús-Martin. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ. 2003.

BARBOTIN, Maria Angeluce Soares Perônico. “**Pia! Só quer ser o que não é, e mora na favela.**”: Práticas de consumo e construção das identidades entre indivíduos de classes populares. Tese. João Pessoa: Universidade Federal da Paraíba, 2014.

BARRETO, 2015. **Os memes e as interações sociais na internet**: uma interface entre práticas rituais a estudos de face. Tese, 149 fls. Universidade Federal de Juiz de Fora, Programa de Pós-Graduação em Linguística, 2015.

BARROS, Lydia Gomes de. **A legitimação de um estilo musical estigmatizado no contexto do novo paradigma da crítica musical**. Tese de Doutorado, Universidade Federal de Pernambuco, Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Recife, 2011.

BARROS, Lydia. Tecnobrega, entre o apagamento e o culto. **Contemporânea**, n. 12, 2009.

BARTH, Fredrik. Os grupos étnicos e suas fronteiras. In: Poutignat, Philippe; Streiff-Fenart, Jocelyne. **Teorias da Etnicidade**. São Paulo: Editora Unesp, 1998.

BAUDRILLARD, Jean. **Simulacros e simulações**. Lisboa: Relógio d'água, 1991.

BAUMAN, Zigmunt. **Vida para Consumo**: A transformação das pessoas em mercadoria. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BAUMAN, Zygmunt. **Globalização**: As consequências Humanas. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1999, p. 63-84.

BECK, Ulrich; BECK-GERNSHEIM, Elisabeth. Individualization: institutionalized individualism and its social and political consequences. **SAGE publications**, 2002.

BECKER. Howard S. **Os outsiders**: estudos e sociologia do desvio. Rio de Janeiro: Zahar Editora, 2008.

BENETH, T; SAVAGE, M; SILVA, E; WARDE, A; GAYO-CAL, M; WRIGHT, D. **Culture, class, distinction**. Nova York: Routledge, 2009.

BERTONCELO, Edison Ricardo Emiliano. **Classes sociais e estilos de vida na sociedade brasileira**. Tese. Universidade de São Paulo, 2010.

\_\_\_\_\_; MIRA, Maria Celeste. Apresentação. Para além da distinção? Desafios à abordagem bourdieusiana da formação social do gosto. **Estudos de Sociologia**, v. 24, n. 46, 2019.

BOURDIEU, Pierre; CHAMBOREDON, Jean-Claude; PASSERON, Jean-Claude. **Ofício de sociólogo**. 6 ed. Petrópolis: Vozes, 2007.

BOURDIEU, Pierre. **A distinção: crítica social do julgamento**. São Paulo: EDUSP, 2007.

\_\_\_\_\_. **A ilusão biográfica**. In: AMADO, Janaína e FERREIRA, Marieta de Moraes. Usos e abusos da história oral. (8ª edição) Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006, p. 183-191.

\_\_\_\_\_. Esboço de uma teoria da prática. In: ORTIZ, R. (Org.). **Pierre Bourdieu**. São Paulo: Ática, 1994.

\_\_\_\_\_. Espaço físico, espaço social e espaço físico apropriado. **Estudos avançados**, n. 27, 2013.

\_\_\_\_\_. **Razões práticas: sobre a teoria da ação**. Campinas: Papirus, 1996.

\_\_\_\_\_; CHAMBOREDON, Jean-Claude; PASSERON, Jean-Claude. **Ofício de sociólogo**. 6 ed. Petrópolis: Vozes, 2007.

BRANDÃO, Luiz Felipe. **O estado e o mercado no processo de produção do espaço em Alagoas**. Maceió: Fapeal, Imprensa Oficial Graciliano Ramos, 2018.

Briga por conta de som alto acaba em morte na madrugada de réveillon em São Miguel dos Campos. **ALAGOAS WEB**, Alagoas, 1 jan. 2012. Disponível em: Disponível em: <http://www.alagoasweb.com/noticia/15285-briga-por-conta-de-som-alto-acaba-em-morte-na-madruga-de-reveillon-em-sao-miguel-dos-campos>. Acesso em: 18 mar. 2018.

CAMPBELL, Colin. **A Ética Romântica e o Espírito do Consumismo Moderno**. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.

Campeonatos de som automotivo: o que são e como funcionam. **CARINFO**. Disponível em: [http://www.carinfo.com.br/materias/mat\\_s03.htm](http://www.carinfo.com.br/materias/mat_s03.htm) Acesso: 02 jun. 2020.

Briga por conta de som alto acaba em morte na madrugada de reveillon em São Miguel dos Campos. **ALAGOAS WEB**, Alagoas, 1 jan. 2012. Disponível em: Disponível em:

<http://www.alagoasweb.com/noticia/15285-briga-por-conta-de-som-alto-acaba-em-morte-na-madruga-de-reveillon-em-sao-miguel-dos-campos>. Acesso em: 18 mar. 2018.

CANCLINI, Nestor García. **Culturas Híbridas: estratégias para entrar y salir de la modernidade**. Miguel Hidalgo, 1989.

\_\_\_\_\_, Néstor García. **As culturas populares no capitalismo**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1983.

CARLOS, Ana Fani Alessandri. **Crise urbana**. São Paulo: Contexto, 2015.

CARVALHO, Ada Rízia Barbosa. **Cadeias de tensão: Repertórios disciplinares de facções e do sistema em unidades de internação alagoanas**. Dissertação (Mestrado em Sociologia) UFAL, Maceió, 2021.

CARVALHO, Cícero Péricles. **Análise da reestruturação produtiva da agroindústria sucroalcooleira alagoana**. 3 ed. Maceió: EDUFAL, 2009.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. 20º ed. São Paulo: Paz e Terra, 2019.

\_\_\_\_\_. **O poder da identidade**. 9º ed. Rio de Janeiro; São Paulo: Paz e Terra, 2018.

CASTRO, Guiomar Alcides. **São Miguel dos Campos**. 2. ed. São Miguel dos Campos, 1991.

CHAGAS, Viktor; FREIRE, Fernanda; RIOS, Daniel; MAGALHÃES, Dandara. A política dos memes e os memes da política: proposta metodológica de análise de conteúdo sobre memes dos debates nas Eleições 2014. **VI Congresso ComPolítica**, Puc-Rio, 2015.

COSTA, Jean Henrique. Interpretando temáticas hegemônicas no forró eletrônico. **Acta Scientiarum**. Language and Culture. Maringá, v. 36, n. 1, p. 93-102, Jan.-Mar., 2014.

COUTO, Bruno Gontyjo do. Resenha: Ócio e negócio: festas populares e entretenimento-turismo no Brasil. Curitiba: Appris, 2011. 413p. **Cadernos CRH**, Salvador, v. 25, n. 66, set./dez. 2012, p. 625-627.

DAVIS, Angela. **Mulheres, raça e classe**. São Paulo: Boitempo, 2016.

DAWKINS, R. **The Selfish Gene**. Oxford University Press, 1976.

DOMINGUES, José Maurício. **A América Latina e a modernidade contemporânea**. Belo Horizonte: editora UFMG, 2009.

Donos de paredões fazem protesto contra apreensões de som em Maceió. **GAZETA WEB**, Alagoas, 07 de mai. 2019. Disponível em: [https://gazetaweb.globo.com/portal/noticia/2019/05/donos-de-paradoes-fazem-protesto-silencioso-contrapreensoes-de-som-em-maceio\\_76281.php](https://gazetaweb.globo.com/portal/noticia/2019/05/donos-de-paradoes-fazem-protesto-silencioso-contrapreensoes-de-som-em-maceio_76281.php) Acesso: 06 jun. 2020.

Donos de Paredões organizam protesto e pedem diálogo com o MP sobre apreensões. **VIA ALAGOAS**, 20 mai. 2019. Disponível em: <https://www.viaalagoas.com.br/maceio/20/05/2019/donos-de-paredoes-organizam-protesto-e-pedem-dialogo-com-o-mp-sobre-apreensoes/> Acesso: 06 jun. 2020.

DOUGLAS, M.; ISHERWOOD, B. **O mundo dos bens: para uma antropologia do consumo**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2004.

DUMONT, Louis. **O individualismo: uma perspectiva antropológica da ideologia moderna**. Rio de Janeiro: Rocco, 1993.

Earl Zausmer's BMW 540. **MILBERT AMPLIFIERS**, jul, 2020. Disponível em: <http://milbert.com/autos/earl> Acesso: 26 jul. 2020.

ELIAS, Norbert. **A sociedade de corte**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

\_\_\_\_\_. **A sociedade dos Indivíduos**. Rio de Janeiro: Zahar, 1994.

\_\_\_\_\_. **Envolvimento e alienação**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1998.

\_\_\_\_\_. **Introdução à sociologia**. Lisboa: Edições 70, 1970.

\_\_\_\_\_. **Os estabelecidos e os outsiders**. Rio de Janeiro: Zahar, 2000.

Entrevista com Euclides Idealizador dos Projeto de Caixas Mini Bazuca / Chikim Som. **CHIKIM SOM, YOUTUBE**, 12 dez. 2017. Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=Vfl9B\\_V-KRc](https://www.youtube.com/watch?v=Vfl9B_V-KRc) Acesso: 03 jun. 2020.

Entrevista com TICO SOM parte 01 Chikim SOM ProAlinhamento. **CHIKIM SOM, YOUTUBE**. 01 mai. 2018. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=-vfPsKCo2uc> Acesso: 03 jun. 2020.

Eventos culturais movimentam o Estado neste final de semana. **GAZETA WEB**, Alagoas, 23 fev. 2018b. Disponível em: <http://radiogazetaweb.com/noticias/49717/Eventos-culturais-movimentam-o-Estado-neste-final-de-semana> Acesso: 06 jun. 2020.

FAIRCLOUGH, Norman. **Discurso e mudança social**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2001.

FARIAS, Amanda. **Torcidas organizadas e sociabilidade juvenil no Nordeste**. Brasília: ministério dos Esportes, 2013.

FARIAS, Edson. Economia e cultura no circuito das festas populares brasileiras. **Sociedade e Estado**, Brasília, v. 20, n. 3, p. 647-688, set./dez. 2005.

\_\_\_\_\_. **Ócio e negócio: festas populares e entretenimento-turismo no Brasil**. Curitiba: Appris, 2011.

\_\_\_\_\_. Reflexões acerca do consumo a partir de notas de pesquisas sobre o comércio informal-popular de bens digitais do Distrito Federal. **Práticas Culturais**, Brasília, 2010.

FEATHERSTONE, Mike. **Cultura de consumo e pós-modernismo**. Studio Nobel, 1995.

FELTRAN, Gabriel de Santis. O valor dos pobres: a aposta no dinheiro como mediação para o conflito social contemporâneo. **Caderno CRH**, Salvador, v. 27, n. 72, p. 495-512, Set./Dez. 2014.

FERREIRA, José Carlos Lodi. **Consumidores de baixa renda e o seu “Eu” estendido em veículos**. Dissertação. Pontifício Universidade Católica, Rio de Janeiro, 2017.

FILHO, Evaristo de Moraes (Org.). **Simmel: Sociologia**. São Paulo: Ático, 1983.

Força tarefa vai apertar fiscalização em Alagoas.: em dois anos, a PM recebeu cerca de 80 mil reclamações de perturbação do sossego. **GAZETA DE ALAGOAS**, 03 mai. 2019.  
Disponível em: [https://gazetaweb.globo.com/portal/noticia/2019/05/forca-tarefa-vai-apertar-a-fiscalizacao-contra-poluicao-sonora-em-alagoas\\_76045.php](https://gazetaweb.globo.com/portal/noticia/2019/05/forca-tarefa-vai-apertar-a-fiscalizacao-contra-poluicao-sonora-em-alagoas_76045.php) Acesso: 01 mar. 2021.

FRAGOSO, Suely. **Métodos de pesquisa para a internet**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

GIDDENS, A. In: BECK, U., GIDDENS, A., LASH, S. **Modernização reflexiva**. São Paulo: Editora UNESP, 1997.

GIDDENS, Anthony. **A constituição da sociedade**. São Paulo: Editora Martins Fontes, 2013.

GIDDENS, Anthony. **As consequências da modernidade**. São Paulo, Editora UNESP, 1991.

GOMES, Jairo da Silva. **Habitação, desorganização social e violência: situação e perspectiva do bairro Benedito Bentes, Maceió-AL**. Dissertação. Programa de Pós-Graduação em Sociologia, UFAL, Maceió, 2018.

HEBENBROCK, Josuel Mariano da Silva. **Calcinha Preta, Garota Safada e Aviões do Forró: a cultura do Paredão Eletrônico no sertão cearense**. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. **XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Fortaleza, CE, 2012.

HENNION, Antoine. Pragmática do gosto. **Desigualdade & Diversidade – Revista de Ciências Sociais da PUC**. Rio de Janeiro, n. 8, jan/jul. 2011, pp. 253-277.

HILL COLLINS, Patricia. Em direção a uma nova visão: raça, classe e gênero como categorias de análise e conexão. In: MORENO, Renata (org.). **Reflexões e práticas de transformação feminista**. São Paulo: SOF, 2015. 96p.

IASCAOFICIAL, Publicação na página do **Facebook** de 18 de março de 2016. 18 mar. 2016. Disponível em: <https://www.facebook.com/iascabrasiloficial/> Acesso: 02 jun. 2020.

Inferninho proibidão no paredão! **GAZETA WEB**, Alagoas, 08 nov. 2018c. Disponível em: <https://gazetaweb.globo.com/portal/noticia/2018/11/confira-as-atracoes-culturais-do-fim-de-semana-em-maceio-64249.php> Acesso: 06 jun. 2020.

International AutoSound Challenge Association. **AUTOSOM**. Disponível em: <http://autosom.net/iasca.asp> Acesso: 02 jun. 2020.

JAMESON, F. Postmodernism: or the Cultural Logic of Late Capitalism. In: **New Left Review**. 146. 1984.

Júnior Brasit nova campanha som automotivo. **YOUTUBE**, 27 fev. 2016. Disponível em [https://www.youtube.com/watch?v=iskPPw8\\_4DE](https://www.youtube.com/watch?v=iskPPw8_4DE) Acesso: 04 jun. 2021.

JÚNIOR, Durval Muniz de Albuquerque. **Nordestino: a invenção do “falo”**. Uma história do gênero masculino. 2ed. São Paulo: Intermeios, 2013.

KAUFMANN, Jean-Claude. **Ego: para uma Sociologia do indivíduo**. Lisboa: Instituto Piaget, 2003.

KOPPER, Moisés; DAMO, Sander. **Horiz. antropol.**, ano 24, n. 50, p. 335-376, jan./abr. 2018.

LAHIRE, Barnard. **Homem plural: os determinantes da ação**. Petrópolis: vozes, 2002.

LANDINI, Tatiana. Jogos habituais – sobre a noção de *habitus* em Pierre Bourdieu e Norbert Elias. **X Simpósio Internacional Norbert Elias**, Campinas, abr. 2007.

Lei proíbe uso de som automotivo em postos de combustíveis. **ALAGOAS 24 HORAS**, 18 dez 2011. Disponível em: <https://www.alagoas24horas.com.br/677075/lei-proibe-uso-de-som-automotivo-em-postos-de-combustiveis/> Acesso: 05 jun. 2020.

LEITE, Rogério Proença. Localizando o espaço público: gentrificação e cultura urbana. **Revista Crítica de Ciências Sociais**, 83, dez. 2008: 35-54.

LIMA, Araken Alves de Lima. **Evolução da agroindústria canavieira alagoana no século XX**. Maceió: Edufal, 2014.

LIMA, Marcos Ricardo de. O semiárido alagoano no contexto do capitalismo hipertardio. In: ALCÂNTARA, Norma; FREIRE, Silene de Moraes (Orgs.). **Desigualdades, políticas públicas e trabalho em Alagoas**. Maceió: Edufal, 2017, p.221-250.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero**: A moda e o seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

LYOTARD, Jean-François. **A condição pós-moderna**. São Paulo: José Olympio, 2002.

MAGNANI, José Guilherme Cantor. O Circuito: proposta de delimitação da categoria. **Ponto Urbe** [Online], n.15, jul. 2014. Disponível em: <http://pontourbe.revues.org/2041> ; DOI : 10.4000/pontourbe.2041. Acessado em: 24 de ago. 2016.

\_\_\_\_\_. O lazer na cidade, ????. Disponível em <http://nau.fflch.usp.br/sites/nau.fflch.usp.br/files/upload/paginas/lazernacidade.pdf> Acesso em: 29/0/2019.

\_\_\_\_\_. Os circuitos de jovens urbanos. **Tempo Social, revista de sociologia da USP**, v. 17, n. 2, 2005, p. 173-205.

MARTUCCELLI, Danilo. **Cambio de Rumbo**: la sociedad a escala Del individuo. Santiago: editora Lom Ediciones, 2007.

\_\_\_\_\_. **¿Existen individuos em el sur?** Santiago: LOM Ediciones, 2010.

\_\_\_\_\_. **Las sociologia del individuo**. Santiago: LOM Ediciones, 2012.

MASTÍNEZ-ROLÁN, Xabier; PIÑEIRO-OTERO, Teresa. Los memes en el discurso de los partidos políticos en Twitter: análisis del Debate sobre el Estado de la Nación de 2015. **Communication and Society**, Vol. 29(1), pp. 145-160, 2016.

MEDEIROS, Dhiego Antonio de. **Financeirização do território e circuitos da economia urbana em Alagoas**. Maceió: Fapeal, Imprensa Oficial Graciliano Ramos, 2018.

MIGUEL, Luis Felipe. **Dominação e resistência**: desafios para uma política emancipatória. São Paulo: Boitempo, 2018.

Ministério Público firma TAC para garantir segurança em festival. **GAZETA WEB**, Alagoas, 10 jul. 2014. Disponível em: <http://gazetaweb.globo.com/portal/noticia-old.php?c=373004&e=14> Acesso: 06 jun. 2020.

Ministério Público lança projeto de combate à poluição sonora e perturbação do sossego alheio. **VIAALAGOAS**, 03 mai. 2019. Disponível em: <https://www.viaalagoas.com.br/ultimas-noticias/03/05/2019/ministerio-publico-lanca-projeto-de-combate-a-poluicao-sonora-e-perturbacao-do-sossego-alheio/> Acesso: 01 mar. 2021.

MIZRAHI, Mylena. “O Rio de Janeiro é uma terra de homens vaidosos”: mulheres, masculinidade e dinheiro junto ao funk carioca. **Cadernos Pagu**, n.52, 2018.

Morador do Vergel é acusado de agressão. **GAZETA WEB**, Alagoas, 17 set. 2009a. Disponível em: [http://gazetaweb.globo.com/gazetadealagoas\\_old/acervo.php?c=152975](http://gazetaweb.globo.com/gazetadealagoas_old/acervo.php?c=152975) Acesso: 05 jun. 2020.

Motoristas pagam até outro carro para modificar itens de série. **ALAGOAS 24 HORAS**, 02 de jun. 2006. Disponível em: <https://www.alagoas24horas.com.br/842440/motoristas-pagam-ate-outro-carro-para-modificar-itens-de-serie/> Acesso: 05 jun. 2020.

MP combate som abusivo e apreende ‘paredões’ no Litoral Norte. **ALAGOAS 24 HORAS**, 28 out. 2019. Disponível em: <https://www.alagoas24horas.com.br/1254548/mp-combate-som-abusivo-e-apreende-paredoes-no-litoral-norte/> Acesso: 06 jun. 2020.

MP firma TAC para ordenar Festa da Juventude em Santana do Ipanema. **RADIO GAZETA WEB**, Alagoas, 10, jul. 2018. Disponível em: <http://www.radiogazetaweb.com/noticias/57723/MP-firma-TAC-para-ordenar-Festa-da-Juventude-em-Santana-do-Ipanema> Acesso: 06 jun. 2020.

MP lança projeto de combate à poluição sonora e perturbação do sossego alheio. **TNH1**, 03 de mai. 2019. Disponível em: <https://www.tnh1.com.br/noticia/nid/mp-lanca-projeto-de-combate-a-poluicao-sonora-e-perturbacao-do-sossego-alheio/> Acesso em: 01 mar. 2021.

MP recomenda carnaval na Barra de São Miguel apenas se não causar prejuízo aos cofres do município. **TNH1**, Alagoas, 18 jan. 2018. Disponível em: <https://www.tnh1.com.br/noticia/nid/mp-recomenda-carnaval-na-barra-de-sao-miguel-apesar-se-nao-causar-prejuizo-aos-cofres-do-municipio/> Acesso: 06 jun. 2020.

NARDI, Jean Baptiste. **Acabou-se o fumo:** formação socioeconômica e espacial em Arapiraca-AL. Maceió: Q Gráfica, 2010.

NASCIMENTO, Pedro. **Beber Como Homem:** Dilemas e armadilhas em etnografias sobre gênero e masculinidades. RBCS, vol. 31, n. 90, fev. 2016.

NASCIMENTO, Rangel Ferreira Fideles do. **Olhar a moça no gonga:** notas para compreender a luta pela imagem da definição da pomba-gira em candomblés e umbandas em Maceió/AL. 2018. 51 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Ciências Sociais). Instituto de Ciências Sociais da Universidade Federal de Alagoas. 2018.

NERI, M. **A nova classe média:** o lado brilhante da base da pirâmide. São Paulo: Saraiva, 2011.

Nova lei proíbe ‘paredões’ de som. **GAZETA WEB**, Alagoas, 06 mar. 2015a. Disponível em: <http://gazetaweb.globo.com/gazetadealagoas/noticia.php?c=262047> Acesso: 05 jun. 2020.

O Rei do Paredão. Publicado em 02 de jan, de 2013. **REVISTA AUTOMOTIVO**.

Disponível em: <https://www.revistaautomotivo.com.br/o-rei-do-paredao/> Acesso: 03 jun. 2020.

OLIVEIRA, Elaine Moura e Silva. Rap contestação e funk ostentação: Consumo e discursos sonoros na periferia. Dissertação. Araraquara: UNESP – Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, 2016.

OLIVEIRA, Maria da Glória de. Quem tem medo da ilusão biográfica? Indivíduo, tempo e histórias de vida. **Topoi**, Rio de Janeiro, v. 18, n. 35, p. 429-446, maio/ago. 2017.

ORTIZ, Renato (org.). 1983. **Bourdieu – Sociologia**. São Paulo: Ática. Coleção Grandes Cientistas Sociais, vol. 39.p.156-183.

\_\_\_\_\_. **Mundialização da cultura**. São Paulo: Brasiliense, 2007.

PETERS, Gabriel. Princípios básicos de uma teoria da práxis. In: **A ordem social como problema psíquico: do existencialismo sociológico à epistemologia insana**. São Paulo: Annablume Editora, 2017.

PIMENTEL, Ari. O circuito de bailes, o Funk Proibido e a comunidade imaginada: desafios da representação na música das favelas. **Runa**, 2017, p. 93-109.

PINHO, Osmundo. “**Baixaria**”: o paredão dispositivo. Universidade Federal do Recôncavo da Bahia, Cachoeira, jun. 2016.

PM adota tolerância zero para paredões de som. **GAZETA WEB**, Alagoas, 22 de out. 2015b. Disponível em: <http://gazetaweb.globo.com/gazetadealagoas/noticia.php?c=275491> Acesso: 06 jun. 2020.

POCHMANN, Márcio. **O mito da grande classe média: capitalismo e estrutura social**. São Paulo: Boitempo, 2014.

Policiais constata som alto e são agredidos. **GAZETA WEB**, Alagoas, 12 abr. 2009b. Disponível em: <http://gazetaweb.globo.com/portal/noticia-old.php?c=174609&e=> Acesso: 05 jun. 2020.

Poluição sonora incomoda moradores de Jacarecica. **ALAGOAS 24 HORAS**, 23 ago. 2007. Disponível em: <https://www.alagoas24horas.com.br/809596/poluicao-sonora-incomoda-moradores-de-jacarecica/> Acesso: 05 jun. 2020.

Precisamos de alguém para lutar pelo nosso espaço do Som automotivo, e Junior Brasit é o cara certo pra isso. **Associação Tuning Alagoana**, FACEBOOK, 16 fev. 2016. Disponível em: <https://www.facebook.com/watch/?v=1058960517493669> Acesso: 06 jun 2021.

Primeiro encontro de paredões em São Miguel dos Campos é um sucesso. **AL NOTÍCIAS**, 2013. Disponível em: <http://www.alnoticias.com.br/noticias/primeiro-encontro-de-paredao-em-sao-miguel-dos-campos-e-um-sucesso/> Acesso: 10, fev. 2021.

Projeto - perturbar o sossego é escolha sua. **MINISTÉRIO PÚBLICO DE ALAGOAS**, 2019. Disponível em: <https://www.mpal.mp.br/mp-conectado-com-voce/> Acesso: 05 mar. 2021.

Promotoria de Justiça firma termo de ajustamento de conduta para carnaval de Atalaia. **ALAGOAS 24 HORAS**, 20 fev. 2017. Disponível em: <https://www.alagoas24horas.com.br/1038219/promotoria-de-justica-firma-termo-de-ajustamento-de-conduta-para-carnaval-de-atalaia/> Acesso: 06 jun. 2020.

Proprietários de paredões de São Miguel dos Campos se reúnem e protestam contra projeto do MP. **VIA ALAGOAS**, 15 mai. 2019. Disponível em: <https://www.viaalagoas.com.br/saomigueldoscampos/15/05/2019/proprietarios-de-paredoes-de-sao-miguel-dos-campos-se-reunem-e-protestam-contra-projeto-do-mp/> Acesso: 06 jun. 2020.

RECKWITZ, Andreas. “Toward a theory of social practices: a development in culturalist theorizing”. **European Journal of Social Theory**, v.5, n.2, 2002.

Release Iasca Brasil. **AUTOSOM**, 2002. Disponível em: [http://www.autosom.net/iasca\\_releas.asp](http://www.autosom.net/iasca_releas.asp) Acesso: 07 jan. 2021.

RIBEIRO, Darcy. **O povo brasileiro**. São Paulo: Companhia das Letras, 2006.

ROCHA, Maria Eduarda da Mota. **O consumo precário: pobreza e cultura de consumo em um município do litoral nordestino**. Dissertação: Universidade de São Paulo, São Paulo, 1999.

RODRIGUES, Fernando de Jesus. Música, vulgaridade e dinheiro: o sentido erótico-dançante nos mercados culturais das periferias urbanas. **Latitude**, v. 2, n. 2, 2008, p.143-181.

\_\_\_\_\_. “Corro com o PCC”, “corro com o CV”, “sou do crime” Facções, sistema socioeducativo e os governos do ilícito em Alagoas. **RBCS**, vol. 35, n. 102, 2020.

\_\_\_\_\_. Periferias urbanas, circuitos de bailes erótico-dançantes e mercados lícitos/ilícitos: aspectos de suas interdependências nas trajetórias de DJ&#39;s em Belém e Maceió. **Ciências Sociais Unisinos**, São Leopoldo, vol. 53, n. 1, p. 86-99, jan/abr 2017a.

\_\_\_\_\_. Transformações do termo “periferia” e as figurações contemporâneas da cultura. In: RODRIGUES, Fernando (Org.). **“Periferias” e economias das simbolizações: lutas por valor humano e mercados culturais**. Maceió: Edufal/Imprensa Oficial Graciliano Ramos, 2017b.

RÜDIGER, Francisco. **Introdução às teorias da cibercultura:** perspectiva do pensamento tecnológico contemporâneo. 2. ed. Porto Alegre, Sulina, 2007.

SANTOS, Adail Antônio. **São Miguel dos Campos é outra história.** Maceió: Edições Nosso Mundo, 2007.

SANTOS, Alana Barros Santos. **Afetos marginais e tramas no crime:** trajetórias sentimentais e experiências de encarceramento entre adolescentes mulheres em Alagoas. Dissertação (Mestrado em Sociologia) Ufal, Maceió, 2021.

SANTOS, Andréa Laís Barros Santos. **As fronteiras mutantes do pecado:** informalização erótico-religiosa, formação pastoral e o batismo de homossexuais na Igreja Batista do Pinheiro. Dissertação (Mestrado em Sociologia), Maceió, 2017.

SANTOS, José Alcides Figueiredo. Mudanças de renda no Brasil: fatores espaciais, setoriais, educacionais e de status social. **Revista Sociedade e Estado**, v. 30, n. 03, set./dez. 2015.

SANTOS, Milton. **O espaço dividido:** os dois circuitos da economia urbana dos países subdesenvolvidos. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1978.

\_\_\_\_\_. **Por uma outra globalização:** do pensamento único à consciência universal. Rio de Janeiro; São Paulo: Record, 2017.

SANTOS, Nido Farias dos; RODRIGUES, Fernando de Jesus. Paredão na calçada, polícia na porta: conflitos vicinais e transformação da diversão nas periferias de São Miguel dos Campos – Alagoas. **Mediações**, Londrina, v. 24, n. 2, p.278-306, mai./ago., 2019.

Segurança pública retoma investidas contra som alto em posto de combustíveis. **ALAGOAS 24 HORAS**, 06, nov. 2017. Disponível em: <https://www.alagoas24horas.com.br/1105934/seguranca-publica-retoma-investidas-contrasom-alto-em-posto-de-combustiveis/> Acesso: 25 jun. 2020.

SILVA, Luciane Soares da. Agora abaxe o som: UPPs, ordem e música na cidade do Rio de Janeiro. **Caderno CRH**, Salvador, v. 27, n. 70, p. 165-179, Jan./Abr. 2014.

Sistema Trio Elétrico, a maior comunidade automotiva do Brasil. **SOMAUTOMOTIVOBRAZIL**, 02 abr. 2016. Disponível em: <https://somautomotivobrasil.com.br/noticia/sistema-trio-eletrico-maior-comunidade-automotiva-brasil/> Acesso: 02 jun. 2020.

SOARES, Luiz Eduardo. **O Brasil e seu duplo.** São Paulo: Todavia, 2019.

Som voltado para Qualidade Sonora(SQ), quem tem aqui? **OUTERSPACE**. Disponível em: <https://forum.outerspace.com.br/index.php?threads/som-voltado-para-qualidade-sonora-sq-quem-tem-aqui.336788/> Acesso: 02 jun. 2020.

SOUZA, Jessé. **A classe média no espelho: sua história, seus sonhos e ilusões, sua realidade.** Rio de Janeiro: Estação Brasil, 2018.

\_\_\_\_\_. **Os batalhadores brasileiros: nova classe média ou nova classe trabalhadora?** 2. ed. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2012.

\_\_\_\_\_. **Ralé Brasileira: quem é e como vive.** Belo Horizonte: Editora UFMG, 2009.

\_\_\_\_\_. **Subcidadania brasileira: para entender o país além do jeitinho brasileiro.** Rio de Janeiro: Leya, 2018.

SQ Antigamente. **AUTOFORUM**, 07, ago. 2013. Disponível em: <https://autoforum.com.br/topic/191318-sq-antigamente/> Acesso: 26 jul. 2020.

Stetsom completa 25 anos com foco no cliente e planos de crescimento. **STETSON POTÊNCIA SEM LIMITE**, 02, dez. 2014. Disponível em: <https://www.stetsom.com.br/pt/som-automotivo/stetsom-completa-25-anos-com-foco-cliente-e-planos-de-crescimento/> Acesso: 24 jan. 2021.

Trios elétricos e blocos de rua embalam a festa no interior. **GAZETA WEB**, Alagoas, 10 fev. 2018d. Disponível em: [http://gazetaweb.globo.com/gazetadealagoas\\_old/acervo.php?c=319773](http://gazetaweb.globo.com/gazetadealagoas_old/acervo.php?c=319773) Acesso: 06 jun. 2020.

TROTTA, Felipe. A Música que incomoda: o funk e o rolezinho. **XXIII Encontro Anual da Compós**, Universidade Federal do Pará, 27 a 30 de maio de 2014.

\_\_\_\_\_. Prejuícos, incomodidades y rechazos: música, territorialidades y conflitos en el Brasil contemporâneo. **Anthropologica**, ano XXXVI, n. 40, 2018, pp. 165-191.

\_\_\_\_\_. Som de cabra-macho: sonoridade, nordestinidade e masculinidades no forró. Escola Superior de Propaganda e Marketing. **Comunicação, Mídia e Consumo**. São Paulo, ano 9, v. 9, n. 26, nov. 2012, p. 151-172.

\_\_\_\_\_. Som, música e incômodos: algumas considerações iniciais. **XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, São Paulo, 05 a 09 de setembro de 2016.

VANDENBERGHE, Frédéric. O Real é relacional: uma análise epistemológica do estruturalismo gerativo de Pierre Bourdieu. In: VANDENBERGHE, Frédéric. **Teoria social realista**. Belo Horizonte: UFMG, 2010.

\_\_\_\_\_. **Teoria social realista**. Belo Horizonte: UFMG, 2010.

VELHO, Gilberto. **Um antropólogo na cidade**. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

VIANNA, HERMANO. Funk e cultura popular. **Estudos Históricos**, Rio de Janeiro, vol. 3, n. 6, 1990, p. 244-253.

WITTGENSTEIN, Ludwig. **Investigações Filosóficas**. São Paulo: Abril Cultural, 1975.

WOUTERS, Cas. Formalization and informalization: changing tension balances in civilizing process. **Teory, culture and Society**, vol. 3, 1986.

YOUNG, Iris Marion. Beyond the unhappy marriage: a crítica of the dual systems theory. In: SARGENT, Linda (org.). **Women and Revolution**: a discussion of the unhappy marriage between feminism and marxism. Boston, 1981.

## ANEXO A - TABELA 1

Tabela 1 - Competições e encontros de som automotivo divulgadas em sites e redes sociais por cidade e ano.

Cidades	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	total linha
Água Branca	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1
Anadia	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
Arapiraca	0	0	0	0	0	0	1	1	4	2	2	4	1	1	16
Atalaia	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Barra de Santo Antô	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
Barra de São Miguel	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Batalha	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
Cajueiro	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	0	0	5
Campo Alegre	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	2
Coruripe	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Craíbas	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	3
Dois Riachos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
Igaci	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
Jequiá da Praia	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Joaquim Gomes	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Maceió	1	0	0	0	0	0	0	2	4	2	1	2	1	1	14
Major Izidoro	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Maragogi	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	2
Maribando	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
Messias	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
Olho D'água das Floi	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
Olho D'água Grande	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
Penedo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
Pilar	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0	3
Rio Largo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Santana do Ipanema	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
São Miguel dos Cam	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	1	0	3
São Miguel dos Milag	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Taquarana	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1
União dos Palmares	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	1	1	1	0	5
Viçosa	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	4
<b>Total coluna</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>13</b>	<b>14</b>	<b>16</b>	<b>10</b>	<b>14</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>78</b>

## ANEXO B - TABELA 2

**Tabela 2** - Competições e encontros de som automotivo divulgados em sites e redes sociais por cidade e ano, com retroação de eventos a partir da edição atual.

Cidades	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	total linha
Água Branca	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	2
Anadia	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
Arapiraca	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	4	2	2	4	1	1	20
Atalaia	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Barra de Santo Antônio	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
Barra de São Miguel	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Batalha	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	2
Cajueiro	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	0	0	5
Campo Alegre	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	1	0	0	4
Coruripe	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Craibas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	4
Dois Riachos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
Igaci	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
Jequiá da Praia	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Joaquim Gomes	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	3
Maceió	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	3	4	2	1	2	1	1	27
Major Izidoro	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
Maragogi	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	2
Maribondo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
Messias	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1
Olho D'água das Flores	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
Olho D'água Grande	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
Penedo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
Pilar	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	1	1	0	0	4
Rio Largo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
Santana do Ipanema	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
São Miguel dos Camps	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	1	0	3
São Miguel dos Milagres	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Taquarana	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
União dos Palmares	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	1	1	1	0	5
Víçosa	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	4
<b>Total coluna</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>7</b>	<b>15</b>	<b>18</b>	<b>16</b>	<b>10</b>	<b>14</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>103</b>



Cidades e Regiões de Alagoas	2014						2015						2016						2017						2018						2019						TOTAL LINHAS						TOTAL												
	T6	T2	T3	T4	T5	T6	T6	T2	T3	T4	T5	T6	T6	T2	T3	T4	T5	T6	T6	T2	T3	T4	T5	T6	T6	T2	T3	T4	T5	T6	T6	T2	T3	T4	T5	T6	T6	T2	T3	T4	T5	T6													
ALAGOAS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	6
ARAPIRACA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5						
ATALAIA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2						
BARRA DE SÃO MIGUEL	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1						
BATALHA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1						
CORURIBE	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1						
CRAÍBAS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1						
DELMIRO GOUVEIA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1						
GIRALDO PONCIANO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1						
LITORAL NORTE	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3						
LITORAL SUL	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1						
MACEIO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	27						
MAURIZIDORO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1						
MATRIZ DO CAMARAGIBE	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3						
PENEDO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1						
PILAR	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3						
PIRANHAS	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3						
PORTO CALVO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3
SANTANA DO IPANEMA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	6						
SÃO MIGUELOS CAMPOS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2						
SÃO MIGUELOS MILAGRES	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1						
SENADOR RUI PALMEIRA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1						
TOTAL COLUNAS	0	3	2	1	1	1	1	0	3	5	1	1	0	0	2	0	4	1	2	0	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	13	30	14	10	8	3	78							
																																										10%	23%	11%	8%	6%	2%	100%							

## ANEXO D - MATÉRIA DA MÍDIA JORNALÍSTICA ELETRÔNICA 1



---

## Motoristas pagam até outro carro para modificar itens de série

04/06/2016 14:44 | Elaine Rodrigues | [Deixe um comentário](#)



Crédito: Alagoas24horas

A paixão que os brasileiros têm por carros extravasa em alguns motoristas, que gastam o valor de outro carro para modificar equipamentos de som, assessorios ou rebaixar os veículos. Durante este domingo, centenas deles participam do 3º Campeonato de Som Automotivo, Tuning e Rebaixados, em Maceió.

O evento reúne carros de todos os estilos, onde a maior regra é ser diferente, modificando os conhecidos itens de série. "São três categorias: na Tuning, os equipamentos são modificados, como portas, bancos e todo o resto, que não deve ser original. A competição de equipamentos de som mede, principalmente, a potência dos aparelhos e a de rebaixados verifica qual é o mais próximo ao chão", explica o organizador e produtor do evento, Elias Fernandes, que pertence ao Maceió Eventos.

Competindo na categoria Tuning, o analista de sistemas, André Pereira, mudou as portas do carro, os bancos, o piso e todo o painel do Astra. "É uma brincadeira de adulto, um hobby, onde o carro fica com a cara do dono. Eu tentei prezar pela harmonia", contou André, que escondeu quanto gastou na transformação, mas afirmou que foi mais do que o valor do carro. "Agora eu saio para competir, já ganhei campeonatos em Arapiraca e Recife".

Segundo o organizador do evento, Elias Fernandes, os motoristas pagam cerca de 15 mil reais para modificar equipamentos e assessorios do carro. O valor para aumentar a potência do som também custa em torno do mesmo valor, já o rebaixamento pode sair mais barato, a 500 reais. Entretanto, o preço pago pelos motoristas chega até ser considerado exagerado em alguns casos, em que os carros são avaliados em torno de R\$ 100 mil, somente por causa das transformações.

### Competição

Em Maceió, o campeonato é realizado uma vez por ano e acontece no Metropole Hall, no bairro da Serraria. De acordo com o organizador, a reunião de pessoas interessadas nesse novo mercado aumenta a divulgação de lojas especializadas, ajudando o mercado. "Atualmente, há cerca de 50 lojas especializadas em Maceió, mas somente umas 20 possuem qualidade para competir", afirma Elias Fernandes.

Na competição, a comissão julgadora, formada por oito pessoas, avalia quatro carros de uma só vez. Os três primeiros vencedores ganham troféus e prêmios, que dão qualidade a loja que fez a transformação.

Para quem quer assistir as competições é cobrado o valor de cinco reais.









## ANEXO E - MATÉRIA DA MÍDIA JORNALÍSTICA ELETRÔNICA 2

MACEIÓ, 18/04/2016 - 14h30 | Edição de 06 de Maio de 2016 | 100% Notícias

**POLÍTICA** | LUCIANA BARROSO REPÓRTER

## Nova lei proíbe 'paredões' de som

CÂMARA DE MACEIÓ. Inibida ainda depende de regulamentação

**AVULSÃO**



Um incômodo para muitos e motivo de brigas e confusão para outros tantos, os populares "paredões" de som estão proibidos em Maceió. A Câmara de Vereadores aprovou e promulgou a lei que proíbe a utilização de som com volume excessivo em carros, caminhonetes e reboques do tipo "carrocinha". A norma foi publicada na edição de ontem do Diário Oficial do Município e entrará em vigor após a regulamentação, que será feita por decreto do Executivo em no máximo 60 dias.

O projeto de lei de autoria do vereador Galba Neto (PMDB) tramitava na Casa desde 2013, mas havia sido vetado pela prefeitura. De acordo com o texto, quem for flagrado com volume acima do determinado pelo Código do Meio Ambiente - que é de 70 decibéis - poderá ter o equipamento apreendido e ser multado.

Antes, porém, as equipes de fiscalização das secretarias municipais de Proteção ao Meio Ambiente (Sempma) e de Controle do Convívio Urbano (SMOCU) farão uma abordagem ao infrator em caráter orientativo e educativo. Caso a notificação seja ignorada, as punições serão aplicadas. Os amantes do "paredão" que desrespeitarem a lei também estarão sujeitos às sanções previstas pelo Código de Trânsito Brasileiro (CTB).

Para evitar e coibir os abusos, a prefeitura fará blitz periódicas nas áreas urbanas de Maceió, principalmente nos finais de semana e em bairros periféricos, de acordo com a nova regra. O valor das multas será determinado pelo Executivo durante a regulamentação da lei.

"Cada vez são mais comuns os conflitos nos bairros da capital por causa de sons que ultrapassam o limite do bom senso", afirmou Galba Neto durante a sessão de ontem. O autor do projeto disse que a lei é um "importante instrumento de respeito ao sossego" e citou que os equipamentos muitas vezes ligados próximo a colégios, igrejas, hospitais e áreas residenciais causam prejuízo à saúde e ao convívio urbano.

O presidente da Câmara, Ketmann Vieira (PMDB), classificou como gritante a necessidade de promulgação da lei. Para ele, a questão se tornou um problema ambiental e até de segurança pública, já que há relatos de brigas e tumultos nos locais onde acontecem competições entre sons de carros. "O uso dessas caixas de som no volume que temos visto é um desrespeito ao cidadão, pois fere sua individualidade. Já era tempo de disciplinarmos a utilização desses equipamentos", afirmou. **1**

**ZATTINI**

**DESTAQUES DESTA EDIÇÃO**

**Passo Livre é sancionado hoje por Renan Filho**  
TRANSPORTE. Acompanhantes de estudantes menores de 12 anos terão acesso ao benefício

**CRB perde para Campinense-PB**  
COPA DO NE. Com derrota por 3 a 2 no final do jogo, time alagoano perdeu a invencibilidade no ano

**MEMÓRIAS DO CÁRCERE**  
TELONA, interpretado por Gael García Bernal no filme 110 dias, que estreou nesta quinta (1), nos cinemas, o jornalista Walter Sabatini relembra sua experiência na prisão em Teerã





## ANEXO H - MATÉRIA DA MÍDIA JORNALÍSTICA ELETRÔNICA 5

SEMIÓTIKA, QUANTUMCÓSMOS • EDIÇÃO 06 DE 15 DE FEVEREIRO DE 2019 • SEÇÃO: REPORTAGEM

**CADERNO 8** | PROCESSO SPAZ-ARREBENTA CULTURAL 3

## A BRINCADEIRA DO BOBO

**PUBLICIDADE**



**DRYZUN** Joalheria Dryzun

Nosso contato com a cultura do carnaval foi através do Bobo. Quando criança, interagia com aquele personagem esquisito que aparecia na rua fazendo medo ao povo; uma diversão inesquecível, escapar do Bobo e acompanhá-lo durante o percurso...

Uma das coisas mais legais do Bobo é o envolvimento das crianças. Além da diversão, da alegria, da afetividade, a gente terminava o percurso arrecadando moedas. No final, estava todo mundo cansado, mas juntava aquele trocado para ir à padaria.

Na verdade, primeiro acontecia a rodada de fiu um pouco antes do final, pra galera dar aquela hidratada, e em seguida a gente sentava em frente à padaria, aquela turma de piveles de todas as idades, dos 3 aos 16 anos, todo mundo sentado na calçada com seus balões, suas latas, seus pedaços de pau que a gente utilizava para bater na lata.

Comprávamos pão, salame, refrigerante. O evento acabava ali naquele lanche. Pra gente, por mais que seja uma contradição, aquilo era algo meio sagrado. Era o ritual de comer juntos, de comemorar, porque tinha sido massa e de planejar o próximo ano.

Tínhamos na época mais ou menos 11, 12 anos e, depois que parou de passar aquele Bobo, começamos a fazer. Sem nenhum planejamento, estratégia, sem nem sequer refletir sobre o que estávamos fazendo, simplesmente começamos a fazer.

Desenvolvemos a técnica de fazer as roupas, as máscaras. Temos um companheiro, o Antônio Severino, que também é morador da Rua Sol Nascente [onde fica localizado o projeto de Rogério, o Quintal Cultural] e é um artista, artesão, poeta. Ele faz a roupa e a máscara do Bobo.

Temos os ensaios com as crianças, que fazemos sempre no período que antecede o carnaval. Saímos pela rua com a batucada: "O Bobo quer dinheiro, quem não der é pechinheiro". Quando alguém dá dinheiro, o Bobo começa a dançar. Quando as pessoas não dão nada, a galera grita: "Pechinheiro, pechinheiro!".

Esse foi nosso carnaval durante muito tempo. Depois, na rua, foram surgindo outras iniciativas, o pessoal saindo com carro com som na mala. Chegamos até a trombar num grupo, e aí propusemos todo mundo fazer junto. Sentamos e resolvemos fazer o carnaval da Rua Sol Nascente. Entendemos que o carnaval é também um meio de pacificação. Pacificar é fazer acordos, e o bloco da gente com o Bobo, que ia com 100, 150 pessoas, quando unificado com as outras iniciativas da rua, passou para 800.

Na penúltima edição foi um mar de gente. Seguimos alguns princípios que estabelecemos, dentre eles que deve haver música ao vivo, uma orquestra de frevo, uma batucada. Essa coisa de paredão de som não aceitamos. Nosso carnaval é tradicional, a galera no chão, vibrante, como acreditamos que tem que ser. De 2002 pra cá, o bloco está ganhando força na comunidade, a partir também da insistência. Fazemos todo Sábado de Zé Pereira, com concentração às 14h e saída às 16h. São 20 anos, e todo Sábado de Zé Pereira estamos lá.

Hoje nosso carnaval tem várias músicas do próprio bloco devido a essa evolução depois do Bobo. No final do dia temos apresentações, cantamos. É a música do carnaval da rua: "Carnaval chegou, carnaval chegou! Na Rua Sol Nascente só vai ser paz e amor / Paz, amor e alegria / Eu quero o povo todo caindo na folia". Além dessa temos outras, uma nova deste ano, que diz: "O carro do lixo não passa na Rua Sol Nascente / É indecente, é indecente / Não passa na Rua Sol Nascente".

Temos batuques, canções que falam da lagoa, temos axé, maracatu, boi. Temos uma produção cultural ligada ao carnaval. O carnaval é um instituto pacificador da periferia, da sociedade como um todo, mas principalmente da periferia.

**PUBLICIDADE**



**DRYZUN** Joalheria Dryzun

### DESTAQUES DESTA EDIÇÃO

**AI mantém superavit e salta para rating BB-**  
AGÊNCIA STANDARD E POOR'S ATRIBUIU NOTA DE CRÉDITO IGUAL À DO BRASIL PARA O ESTADO

**Buscando vencer fora de casa**  
CSA VOLTAA ATENÇÕES PARA O ALAGOANO E ENFRENTA O CSE, EM PALMEIRA

**MEMÓRIAS DE ANTIGOS CARNAVAIS**  
CHEGOU A FESTA DE MÔMO E, NO CLIMA DA SERPENTINA E DO CONCRETE, O CADERNO 8 CONVIDOU ALCIONS FOLIOES PARA RELEMBRAR UM POUCO DOS CARNAVAIS PASSADOS

**Moda inclusiva**  
LINA EXPÕE A DIFICULDADE DAS PESSOAS COM DEFICIÊNCIAS EM ENCONTRAR PEÇAS QUE SEJAM ACESSEÍVEIS, BONITAS OU CRIATIVAS DE ACORDO COM O GOSTO DE CADA UMA