



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ANTROPOLOGIA SOCIAL

RODRIGO BALZA MODA

“Natal precisa de um *skatepark*”: Política e Cidadania entre skatistas da capital do Rio Grande do Norte



Natal-RN

2016

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE - UFRN
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ANTROPOLOGIA SOCIAL

“Natal precisa de um *skatepark*”: Política e Cidadania entre skatistas da capital do Rio Grande do Norte

Rodrigo Balza Moda

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social da Universidade Federal do Rio Grande do Norte como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Antropologia Social.

Orientador(a): Lisabete Coradini

Natal-RN

2016

Catálogo da Publicação na Fonte

Universidade Federal do Rio Grande do Norte - Sistema de Bibliotecas
Biblioteca Central Zila Mamede / Setor de Informação e Referência

Moda, Rodrigo Balza.

“Natal precisa de um *skatepark*”: Política e Cidadania entre skatistas da capital do Rio Grande do Norte / Rodrigo Balza Moda. - 2016.

124 f. : il.

Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes. Programa de Pós-graduação em Antropologia Social. Natal, RN, 2016.

Orientadora: Profa. Dra. Lisabete Coradini

1. Skate – Planejamento urbano - Dissertação. 2. *Skateboard* – Dissertação. 3. Globalização - Dissertação. 4. Consumo – Dissertação. 5. Política – Dissertação. 6. Cidadania – Dissertação. I. Coradini, Lisabete. II. Título.

RN/UF/BCZM
796.694:711.4

CDU

“Natal precisa de um *skatepark*”: Política e Cidadania entre skatistas da capital do Rio Grande do Norte

RODRIGO BALZA MODA

Natal, Aprovado em ___/___/___

BANCA EXAMINADORA

Prof^a. Dr^a. Lisabete Coradini
(Presidente – PPGAS/UFRN)

Prof^a. Dr^a. Tereza Correia da Nóbrega Queiroz
(Examinador Externo – PPGCS/UFPB)

Prof^a Dr^a. Lilian Leite Chaves
(Examinador Interno – PPGAS/UFRN)

AGRADECIMENTOS

As trocas de experiências e informações estabelecidas durante os dois anos que passei como discente no Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social da UFRN contribuíram significativamente para a elaboração desta dissertação. Agradeço aos professores do Departamento de Antropologia pela oportunidade, em especial, à minha orientadora, Lisabete Coradini, e às professoras, Elisete Schwade e Lilian Leite Chaves, que fizeram comentários pertinentes acerca do tema desta pesquisa. Quero agradecer pelas instruções do antropólogo e amigo, Eloi dos Santos Magalhães. Sua contribuição foi demasiado importante para a elaboração do que escrevi. Agradeço, também, meus pais, e os colegas do PPGAS/UFRN, em especial, Rafael Leal Matos, Manuell Victor, Felipe Santiago e Sophia Prado.

Por fim, quero agradecer os amigos skatistas de Natal, em especial, Ilzeli Confessor, Tercílio Albano, Alessandro Amaral, “Tampa Jr.”, Raul Pacheco, Layan Gomes, Daniel “Necrose”, Evandro Jr., Eduardo, Henrique Harrop, Alex Lobato, Matheus Gadelha, Jonas “Gnomo”, Ricardo Bandeira, Evandro “Black”, Tiago Brasil, Lucas Aniceto, Elen Fachine, Matheus Figueiredo, Luis “Miúdo”, Julio Câmara, Rafael “Majei”, Judson César, Lucas “Bigfoot”, Maykel Régis, Anízio Souza, Daniel Fernandes, Thiago Hillen, Thibor Caldas, Nayan Feitosa, Salomão Dantas, Yuki Douglas, Matheus Schneider, Bruno Dias “BH”, Caio Vinícius de Moura, Cleyton Vieira, Dalton Luiz, Matheus Rocha, Flavio Esteban, Fellipe Motta Ferreira, Matheus “Suzy”, Renato Rodrigues, Caio Alexandre Oliveira Rodrigues, Flavio “Gambé”, Renner Casemiro e Douglas Vicente da Silva. Este texto não teria sentido se não fossem estes e muitos outros nomes.

RESUMO

O trabalho analisa algumas formas de fazer política entre adeptos do *skateboard* em Natal-RN. Diante da inexistência de locais apropriados para a prática dessa atividade na cidade, alguns sujeitos passaram a reivindicar pela construção de um *skatepark* público. Diferentes estratégias se fortaleceram. Dentre essas, destaca-se o exemplo do que ficou conhecido como, Movimento Skate Potiguar (MSP), uma série de manifestações, tais como, passeatas, reuniões com políticos e campeonatos, organizados em bairros da zona sul da cidade, bem como na Prefeitura e na Câmara Municipal de Vereadores, entre os anos de 2007 e 2011. A partir de uma descrição dessas mobilizações, orientada pela perspectiva dos Estudos Culturais, ingleses e latino-americanos, na égide de autores como, Stuart Hall (2005) e Nestor Garcia Canclini (2008), discute-se a questão do exercício da cidadania em tempos de globalização da cultura e da economia. De modo geral, este estudo procura mostrar que as mobilizações por uma pista de skate pública em Natal expressam uma nova maneira de reivindicar por direitos sociais, organizada não a partir de interesses de classe, gênero e nacionalidade, mas mediante o consumo de mercadorias e símbolos da cultura do skate, produzida e difundida por empresas de alcance transnacional e pelos meios de comunicação de massa.

Palavras-chave: *Skateboard*, Globalização, Consumo, Política, Cidadania, Natal-RN.

ABSTRACT

The paper analyzes some ways of doing politics between the skateboard in Natal-RN supporters. Due to the lack of appropriate places to practice this activity in the city, some guys started to demand the construction of a public skatepark. Different strategies have been strengthened. Among these, there is the example of what became known as Movement Potiguar Skateboard (MSP), a series of events, such as marches, meetings with politicians and championships, were organized in area neighborhoods south of the city, as well as in City Hall and the City Council Chamber, between the years 2007 and 2011. From a description of these mobilizations, guided by the perspective of cultural studies English and Latin America, under the auspices of authors such as Stuart Hall (2005) and Nestor Garcia Canclini (2008), is discusses the issue of citizenship in time of globalization of culture and economy. Overall, this study seeks to show that the mobilizations by a public skatepark on Natal express a new way to claim for social rights, organized not from class interests, gender and nationality, but by the consumption of goods and symbols skate culture, produced and disseminated by transnational reach of companies and mass media.

Keywords: Skateboard, Globalization, Consumption, Politic, Citizenship, Natal-RN.

LISTA DE FIGURAS

- Figura 1:** Ilzeli na rampa dos irmãos Albano, Via Costeira, década de 1980, p. 59.
- Figura 2:** Tercílio Albano no bowl do Flyng Rollers, anos 1980, p. 60.
- Figura 3:** Half-pipe da Opeste, 1987, p. 62.
- Figura 4:** Jessé “Monstro” no Half do Machadão, década de 1990, p. 64.
- Figura 5:** Copa SSW/HOSOI, 1993, 65.
- Figura 6:** Skatistas construindo obstáculos na Praça do Floca, 2011, p. 69.
- Figura 7:** Skatistas na Praça Henrique Carloni, 1989, p. 70.
- Figura 8:** Skatistas da Praça Henrique Carloni, 2015, p. 72.
- Figura 9:** Skatistas da Praça Vermelha, 2015, p. 74.
- Figura 10:** Presépio de Natal, 2015, p. 75.
- Figura 11:** Skatistas da Quadra do Conjunto Santa Catarina, 2015, p. 76.
- Figura 12:** Fish Natal Shopping, 2015, p. 78.
- Figura 13:** Sport Mix, 2015. P. 79.
- Figura 14:** Lee Boards, 2015, p. 80.
- Figura 15:** Skatepark da Lee Boards, 2015, p. 81.
- Figura 16:** Only Skateshop, 2015, p. 83.
- Figura 17:** Movimento Skate Potiguar, 2010, p. 87.
- Figura 18:** Protesto do MSP na Prefeitura de Natal, 2007, p. 90.
- Figura 19:** Campeonato organizado pelo MSP na Praça Henrique Carloni, 2008, p. 90.
- Figura 20:** Reunião do MSP com Dalrivan Jorge na Praça Varela Barca, 2009, p. 91.
- Figura 21:** Skatistas na entrada da Câmara Municipal de Vereadores, 2011, p. 92.

SUMÁRIO

Introdução	01
1. A prática do skate em tempos de globalização	21
1.1 O contexto histórico-social de desenvolvimento do skateboard.....	21
1.1.1 O skate e os meios de comunicação de massa.....	27
1.1.2 Os fluxos migratórios e a introdução do skate no Brasil.....	33
1.2 A transnacionalização do mercado do skate.....	40
1.3 O consumo entre os skatistas: aspectos simbólicos e materiais.....	51
2. O skateboard em Natal-RN	58
2.1 Anos 80 e 90.....	58
2.2 Os skatistas e a cidade.....	66
2.3 O mercado do skate na capital potiguar: lojas locais e a internet.....	77
3. MSP: O exercício da cidadania em sociedades globalizadas	84
3.1 Movimento Skate Potiguar: demandas, participantes e ações.....	85
3.2 Política e cidadania entre skatistas da capital potiguar.....	93
3.3 Desafios para as políticas urbanas em Natal: precisa-se de um skatepark.....	110
Considerações Finais	116
Referências	119
Anexos	126

Em um contexto no qual as organizações estatais não dão conta das exigências cidadãos e no qual referências identitárias tradicionais são erodidas pela emergência de diferenças sociais, culturais e simbólicas que escapam aos mecanismos tradicionais de representação, a questão que está a desafiar a imaginação política é o difícil problema de tornar comensurável a heterogeneidade inscrita na vida social.

(Vera da Silva Telles, 1999).

Introdução

I

O *skateboard* é uma prática esportiva que consiste no ato de uma pessoa deslizar sobre o solo ou obstáculos, portando um *skate*, objeto constituído de um *shape* (prancha de madeira), acoplado a dois *trucks* (eixos de ferro), com quatro rodas. O desenvolvimento dessa atividade ocorreu mediante processos de urbanização e industrialização em grandes e médias cidades dos Estados Unidos, sobretudo entre as décadas de 1960 e 1970. Em consequência do surgimento de inúmeras empresas e marcas especializadas na fabricação de peças e equipamentos, bem como em razão da difusão de mensagens, imagens e produtos, proporcionada pelos meios de comunicação de massa, a prática do skate se popularizou em diferentes países¹ do mundo.

Em Natal-RN, o skate começou a ser praticado na década de 1980. Esse período caracteriza-se como a fase seminal da atividade na cidade, época em que surgiram as primeiras lojas e ocorreram os primeiros campeonatos. Desde 2000, com o crescimento do mercado local mediante a adesão de novas pessoas ao universo do skate, consolidou-se um amplo cenário de relações sociais mediadas por essa prática esportiva nos espaços da cidade. No entanto, por mais de vinte anos, Natal foi uma das poucas capitais brasileiras sem uma pista pública para a prática do skateboard. Apesar de a cidade possuir um *skatepark*² atualmente, localizado no Centro Educacional Unificado (CEU)³ do loteamento Norderlândia/zona norte, é inegável o desinteresse dos gestores urbanos locais em relação aos *skatistas*⁴, pois, desde 1980, o skate é uma prática recorrente em Natal e, no entanto, esperou-se quase três décadas até a construção de um local apropriado para a atividade na capital potiguar.

Mesmo em cidades do interior do Rio Grande do Norte, onde existem poucos praticantes de skate, a exemplo, Macau, Mossoró e Ceará-Mirim, pistas públicas foram construídas pela iniciativa de alguns governos locais há mais de dez anos. Em outras capitais do Brasil, como São Paulo-SP e Fortaleza-CE, efetuou-se, durante a última

¹Pesquisas do Instituto Datafolha (2009) estimam que, no Brasil, o número de adeptos do skate ultrapassa os 3,8 milhões. Destes, predominam homens, entre 11 e 20 anos, que se concentram em grandes e médias cidades do país. Disponível em: www.cbsk.com.br, acessado em 08/10/2015.

²Área construída com obstáculos (rampas, corrimãos, escadas) para a prática do skate.

³O Centro Educacional Unificado (CEU) de Norderlândia, inaugurado em 23 de dezembro de 2015, é um projeto da Prefeitura de Natal em parceria com o Ministério do Esporte, que tem por objetivo integrar em um mesmo espaço público, a cultura, o esporte e a assistência social, numa área de vulnerabilidade social.

⁴Pessoas que praticam o skateboard.

década, uma série de políticas para os skatistas. Atualmente, Fortaleza possui cerca de vinte e três skateparks construídos pelo Governo do Ceará, e a Prefeitura de São Paulo tem uma agenda exclusiva que visa regulamentar a prática do skate na capital paulista⁵. O curioso é pensar por que, até o momento, os skatistas de Natal não tiveram incentivo dos políticos locais, já que a construção de um único skatepark não resolve o problema da falta de espaços públicos para o skateboard na cidade.

Diante da inexistência de locais apropriados e da omissão governamental, um grupo de skatistas promoveu, entre os anos de 2007 e 2011, uma série de eventos e manifestações, tais como: passeatas, campeonatos, entrevistas em canais de TV e reuniões com políticos, com o objetivo de reivindicar pela construção de um skatepark público em Natal. Em 20 de março de 2007, cerca de trinta indivíduos fecharam o trânsito da Rua Ulisses Caldas, em frente à Prefeitura, empunhando cartazes que diziam: “Natal precisa de um skatepark”, “É difícil ser atleta sem pistas”, “Somos skatistas e temos direitos”, “Prefeito, queremos nossa pista de skate prometida para Ponta Negra”.

Em agosto de 2008, na Praça Henrique Carloni, localizada no bairro de Ponta Negra, um campeonato foi promovido com a finalidade de evidenciar, aos moradores do local, os problemas causados pela falta de espaços para os skatistas. Um ano depois, na Praça Varela Barca, em Ponta Negra, uma reunião foi realizada com o senhor, Dalrivan Jorge, representante da Frente Parlamentar de Esporte, Cultura e Lazer, da Câmara Municipal de Vereadores, no intuito de apresentar para as autoridades, as principais demandas dos skatistas. Em março de 2010, um encontro foi organizado no bairro de Candelária para incentivar mais pessoas a se engajarem nas mobilizações pela pista pública. Em junho de 2011, cerca de trinta skatistas foram solicitar incentivo governamental em uma reunião da Frente Parlamentar de Esporte, Cultura e Lazer.

As mobilizações pela construção de um skatepark público em Natal ficaram conhecidas como, Movimento Skate Potiguar (MSP). Essas manifestações ocorreram durante o fim do primeiro mandato do Prefeito Carlos Eduardo (2002-2008), até o penúltimo ano do governo Micarla de Sousa (2009-2012), e foram dirigidas, principalmente, aos órgãos municipais de Natal - Prefeitura e Câmara de Vereadores.

⁵De acordo com Machado (2011), durante o mandato da Prefeita Marta Suplicy (2001-2004), foram construídos mais de sessenta skateparks em diferentes regiões de São Paulo. Além da construção de pistas públicas, a Prefeitura, em parceria com empresários da cidade, promovem campeonatos anualmente, sendo o Circuito Municipal de Skate e o Circuito Sampa Skate, os mais conhecidos.

A organização do Movimento Skate Potiguar envolveu pessoas que não eram adeptas do skate. Elen Fechini, moradora de Ponta Negra, se solidarizou em organizar essas mobilizações, juntamente com, Ilzeli Confessor, Paulo Costa e Alessandro Amaral, skatistas veteranos da cidade. A maioria dos organizadores, assim como dos que participaram dessas mobilizações, morava em bairros da zona sul de Natal, como Capim Macio, Candelária, Mirassol, Ponta Negra, entre outros. Os integrantes do MSP eram, em sua maioria, homens, entre 15 e 25 anos, de camadas médias, que não tinham emprego fixo, mas que cursavam ou o ensino médio, ou o superior.

Na época, as mobilizações do Movimento Skate Potiguar repercutiram na mídia local por meio de reportagens⁶ em canais de televisão e sites. No entanto, para a infelicidade dos skatistas, as demandas apresentadas não foram atendidas, forçando-os a construir obstáculos em praças, sem qualquer tipo de autorização da Prefeitura ou do Governo do Estado. Apesar de Natal possuir um skatepark público construído pela Prefeitura, esse espaço é pouco utilizado, devido estar localizado em uma região afastada dos bairros centrais da cidade. Atualmente, são em obstáculos improvisados pelos próprios skatistas, onde se pratica o skate na capital potiguar.

O tema dessa dissertação diz respeito às mobilizações pela construção de um skatepark público em Natal-RN. Até o momento, a prática do skate e seus adeptos receberam pouca atenção de antropólogos brasileiros. Diferente do futebol, modalidade esportiva consagrada entre estudiosos⁷ do país, poucos avanços foram obtidos no que se refere a um debate intelectual mais sistematizado sobre o tema na antropologia nacional. O que justifica essa carência de estudos, por um lado, é o fato de o skate ser uma prática esportiva diferenciada, dotada de certas características que a particulariza em relação a outros esportes.

Assim como outras atividades físicas que se desenvolveram entre 1960 e 1970, por exemplo, *surfe*, *patins*, *esqui*, *bike*, etc., a prática do skate apresenta um conjunto de atributos que a afasta dos chamados, “esportes tradicionais”⁸. Christian Pociello (1995)

⁶A Sim TV, emissora afiliada da Rede TV em Natal, produziu uma matéria sobre as mobilizações do MSP em junho de 2011. Essa reportagem foi exibida no programa, Sim Esportes. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=HxMrOTWVRC8>, acessado em 10/10/2015.

⁷Ver, por exemplo, os trabalhos de, entre outros, DaMatta (1982), Toledo (2001) e Rial (2008).

⁸Conforme Vigarello (2008), convencionou-se chamar de esportes tradicionais, um conjunto de exercícios físicos inventados na Europa do começo do século XX, a exemplo, a ginástica, os esportes hípicas, náuticos, olímpicos, entre outros, que se desenvolveram a partir de ideais como o treinamento, a competição e o aperfeiçoamento corporal, além de serem símbolos do nacionalismo.

explica que nessas novas atividades, os gestos de força e de energia, típicos dos esportes tradicionais, tendem a ser substituídos pelos gestos de domínio e de controle informacional do corpo. Denise Bernuzzi de Sant' Anna (2000) argumenta que essas práticas apresentam como objetivo, menos o cansaço dos treinamentos, do que a vivência cotidiana de sensações de prazer.

David Le Breton (2009) afirma que os adeptos dessas atividades estabelecem relações simbólicas ou reais com o risco. O risco corporal é um elemento central nessas práticas, e o que a caracterizam-nas. De acordo com Leonardo Brandão (2009), atividades físicas como skate, patins, surfe, esqui, entre outras, ficaram mais conhecidas pelos termos, *Esportes Californianos* e/ou *Esportes Radicais*. Segundo o autor, a primeira noção alude à geografia de origem dessas práticas, a saber, o estado norte-americano da Califórnia-CA. Já o segundo conceito exalta o elemento de risco corporal assumido pelos adeptos dessas atividades.

A falta de estudos sobre os chamados esportes californianos ou radicais na antropologia brasileira tem a ver, por outro lado, com o fato de que a temática dos esportes na disciplina caracteriza-se como um campo de estudos em processo de formação⁹. Simoni Guedes (2010) afirma que os estudos sobre esportes na antropologia nacional datam do final dos anos 1970 com as pesquisas sobre futebol iniciadas pelo professor Roberto DaMatta. Segundo a autora, esses estudos surgiram na disciplina visando um questionamento da noção de lazer a partir do futebol como tema para entender diversos fenômenos da vida social, com destaque para a questão das relações raciais e da identidade nacional. Por isso, entre os estudos sobre esportes na antropologia brasileira, o futebol desponta como um tema tradicional e predominante.

Apesar da área temática dos esportes na antropologia nacional apresentar características de um campo de estudos em processo de formação e, grosso modo, pelo fato de neste subcampo da disciplina predominar interpretações sobre o tema do futebol, essas circunstâncias, de forma alguma, impossibilitam estudos de práticas esportivas menos convencionais.

⁹Gastaldo (2010) ressalta que os estudos sociais sobre esportes compõem um campo relativamente jovem no cenário acadêmico brasileiro, tendo seus trabalhos “clássicos” sido produzidos no início de 1980. Segundo o autor, a organização política dos pesquisadores dessa área temática revela traços de incipiência típicos de um campo em formação.

Ainda de acordo com Guedes (2010), com a diversificação do interesse pelo tema dos esportes na antropologia brasileira, ampliou-se o escopo empírico deste campo de estudos com a introdução de novas questões, deixando de se fazer, no Brasil, uma Antropologia estritamente do Futebol, para realizar-se uma Antropologia das práticas esportivas de forma abrangente, que contempla, além dos esportes tradicionais, atividades como, capoeira, surfe, skate, entre outras.

Levando em consideração esses apontamentos, pode-se dizer que a diversificação do interesse pelo tema dos esportes na antropologia brasileira possibilita a elaboração de novos problemas de pesquisa e a incorporação de novas temáticas não menos significativas. No final dos anos 1990, foi produzida a primeira dissertação com o tema da prática do skate nas Humanidades e Ciências Sociais brasileiras. O trabalho de mestrado em Educação Física, de Ricardo Ricci Uvinha (1997), é considerado o primeiro entre esses estudos. O autor discutiu as noções de adolescência e lazer a partir das representações e valores de skatistas do ABC paulista. Na mesma disciplina, Maria Regina de Menezes Costa (2004) buscou compreender os significados dos conceitos de risco e aventura entre praticantes de skate. Na Educação, Tony Honorato (2005) investigou as relações entre os skatistas e as instituições escolares. Na história, Leonardo Brandão (2006) discutiu o surgimento do skate nos Estados Unidos e sua introdução em território brasileiro, através de uma análise do documentário, *Dogtown And Z-boys* (PERALTA, 2001).

Em Ciências do Movimento Humano, Billy Graeff Bastos (2006) estudou o estilo de vida e as trajetórias sociais de skatistas que buscam a profissionalização. Na mesma disciplina, Márcia Luiza Machado Figueira (2008) discutiu o universo feminino do skate no Brasil a partir dos estudos de gênero. No Design, Tiago Cambará Aguiar (2008) analisou o design gráfico da indústria brasileira especializada em skate. Nas Ciências Sociais, Maurício Bacic Olic (2010) discutiu as formas de apropriação do espaço urbano entre skatistas de São Paulo-SP. Na Antropologia, Giancarlo Marques Carraro Machado (2011) procurou compreender os diferentes significados sociais atribuídos à prática do skate em São Paulo-SP. Por fim, alocado na mesma disciplina, João Flávio Marcelino Prestes (2013) analisou os processos de construção de sentidos e valores sociais entre skatistas de Recife-PE.

O tema da prática do skate aproxima e insere essa pesquisa no mesmo campo de estudos dos trabalhos citados acima. Todavia, a problemática e a abordagem teórico-conceitual deste estudo acabam por diferenciá-lo dos demais.

II

Essa dissertação propõe analisar o universo da prática do skate com instrumentos teóricos fornecidos pelos estudos de globalização e consumo em Sociologia e Antropologia. Convencionou-se dividir este estudo em duas partes. A primeira procura entender os efeitos da globalização da cultura e da economia no universo da prática do skate em escala mundial, assim como problematiza aspectos do consumo de mercadorias entre os skatistas. A segunda parte discute a questão do exercício da cidadania em sociedades globalizadas, a partir do caso do Movimento Skate Potiguar.

O tema da globalização se constituiu enquanto campo de estudos nas Ciências Sociais na década de 1990. Pode-se afirmar que esses trabalhos estabeleceram novas diretrizes teórico-conceituais para a pesquisa socioantropológica. Robertson (1998) enfatiza que a noção de globalização em Sociologia aponta para o problema da forma como o mundo se torna unido. O autor defende que a teoria social deve substituir a noção de sociedade enquanto unidade analítica para se ocupar da observação de processos de unificação e estruturação do mundo. Ou seja, o mundo torna-se o foco da análise sociológica. Featherstone (1998) explica que a noção de globalização surge na Sociologia da incapacidade de outros conceitos, sobretudo os de sociedade e sociedade nacional, em compreender processos culturais à nível transnacional ou trans-social. Hannerz (1997) argumenta que a noção de globalização em Antropologia alude para o problema do contato cultural e da interconexão cultural global. O autor explica que, a partir dos estudos de globalização, a disciplina rompe com o padrão tradicional de análise cultural que priorizava pequenas localidades, e passa a se ocupar da observação de processos culturais nível mundial.

Devido às múltiplas abordagens sobre o tema da globalização nas Ciências Sociais, não existe um consenso entre os pesquisadores no que diz respeito às definições desta noção. Octávio Ianni (1995) reitera que, dependendo da tradição teórica, este conceito pode contemplar processos culturais, históricos, políticos, econômicos, geográficos ou mesmo literários. Neste estudo, o conceito de globalização será utilizado

para compreender o contexto histórico-social no qual o skateboard se desenvolveu enquanto prática cultural e esportiva.

A análise que aqui se delineia acerca do universo do skate está embasada, também, por outra área temática das Ciências Sociais: o campo de estudos do consumo. Autores como Sahlins (2003), Campbell (2001), Douglas e Isherwood (2013), Appadurai (2008) e Bourdieu (2007), legitimaram o tema do consumo nas Ciências Sociais ao criticarem o produtivismo, tradição teórica que entende o estudo da produção¹⁰ como o mais adequado para explicar a realidade social. Tendo em vista que o skate tornou-se uma prática social mediada pelo mercado capitalista e pelo consumo, recorre-se, nesta dissertação, ao trabalho de Douglas e Isherwood (2013), para pensar as dimensões culturais da aquisição e utilização de mercadorias entre os adeptos da prática do skate. Estudos como os de Nestor Garcia Canclini (2008), que aproxima a noção de consumo dos conceitos de política e cidadania, também possui importância nessa pesquisa, na medida em que esclarece características centrais do Movimento Skate Potiguar.

Na tentativa de compreender os efeitos dos processos globalizadores no universo da prática do skate, tema do primeiro capítulo dessa dissertação, discutem-se certos aspectos da globalização, os quais contribuíram significativamente para o desenvolvimento do skateboard enquanto prática cultural e esportiva a nível mundial. Dentre estes aspectos, destacam-se, o desenvolvimento midiático e as migrações, enfatizados pelo antropólogo, Arjun Appadurai (2004), e o advento de uma “economia em rede”, ressaltado pelo sociólogo, Manuel Castells (1999).

Appadurai (2004) entende a globalização como um fenômeno indissociável da modernidade¹¹. O autor identifica, no mundo do final do século XX, a emergência de certos acontecimentos que ocasionaram uma ruptura geral com antigas formas de

¹⁰Daniel Miller (2007) enfatiza que, na teoria social, a produção foi associada à criatividade, enquanto o consumo foi entendido como sinônimo de gastos. Por isso, nas ciências sociais, a produção foi um assunto valorizado, enquanto o consumo foi tratado como tema irrelevante. Para o autor, estudos que analisam separadamente a esfera da produção dos circuitos de aquisição e utilização de mercadorias são inadequados, “(...) o que é mais necessário hoje são abordagens que enfatizem a relação entre os dois” (MILLER, 2007, p. 51). Partindo destes esclarecimentos, entende-se que um estudo acerca do consumo de mercadorias entre skatistas deve estar articulado a uma análise dos processos de manufatura e distribuição destes produtos.

¹¹De acordo com Giddens (1991), modernidade refere-se a estilo, costume de vida ou organização social que emergiram na Europa do século XVII, e que ulteriormente se tornaram mundiais em sua influência. Do ponto de vista dessa abordagem, a modernidade se caracteriza por um processo de mudança ou descontinuidade em relação a ordens sociais pré-existentes.

relações intersociais que se configuraram no passado. Para Appadurai, os meios de comunicação de massa e as migrações estabeleceram novas formas de intercâmbios culturais entre as sociedades contemporâneas. Por isso, esses acontecimentos históricos podem ser compreendidos como aspectos centrais da globalização. Conforme Appadurai, a relação entre o desenvolvimento midiático e as migrações, além de caracterizar o mundo do presente, também define o âmago da ligação entre globalização e modernidade.

Os meios de comunicação de massa desempenharam papel fundamental no desenvolvimento do skateboard durante a segunda metade do século XX. O surgimento de revistas, produtoras de vídeos, sites de marcas, canais e programas de TV, foram de total importância para a produção e disseminação da cultura do skate, entendida enquanto um amplo universo de símbolos, imagens, mensagens, códigos, produtos, etc. A prática do skate se difundiu dos Estados Unidos para outras regiões do mundo mediante sua transformação em objeto das indústrias culturais¹², o que acarretou sua popularização enquanto um tipo de entretenimento esportivo associado à cultura de massa. Sob esse enfoque, será interessante problematizar, na primeira parte desse estudo, as relações entre o skateboard, os meios de comunicação de massa e as indústrias culturais.

Assim como os meios de comunicação, os fluxos migratórios de pessoas, imagens midiáticas e mercadorias entre as fronteiras nacionais, ocasionaram o desenvolvimento da prática do skate em escala mundial. Em razão das migrações, a cultura do skate se deslocou de seu território original (os Estados Unidos), e passou a ser incorporada em outras regiões do mundo.

De acordo com dados apresentados por Tony Honorato (2004), em meados da década de 1960, os primeiros adeptos do skate no Brasil conheceram essa atividade através de imagens de skatistas disponibilizadas em anúncios de revistas californianas especializadas em surfe, que passaram a circular em grandes e médias cidades do país

¹²A teoria da Indústria Cultural desenvolvida por Adorno e Horkheimer (1985) interpreta a cultura de massa de forma negativa. Conforme Duarte (2007), a indústria cultural é um sistema de cooptação ideológica, composto pelo cinema, pelo rádio e por revistas ilustradas, que não concede aos indivíduos a possibilidade de expressões autônomas que retroajam sobre a totalidade social, ou seja, o consumidor da cultura de massa é visto, nessa abordagem, como um indivíduo manipulado pelas estruturas produtivas e pelo mercado. Apesar do pessimismo de Adorno e Horkheimer, autores como Featherstone (1997) criticam essa perspectiva, e enfatizam a necessidade de investigações que problematizem os efeitos reais da recepção de entretenimentos produzidos para o consumo de massa.

naquele período. Além disso, o autor reitera que os primeiros skatistas brasileiros adquiriam seus equipamentos através de pessoas que viajavam ou que mantinham relações de trabalho em outros países, já que, naquela época, não existia uma indústria brasileira especializada em skate. Diante disso, torna-se relevante compreender, também na primeira parte deste estudo, como a intensificação das migrações na segunda metade do século XX contribuiu para a difusão mundial da prática do skate.

Os meios de comunicação e as migrações não são os únicos acontecimentos históricos, associados ao processo de globalização, que ocasionaram o desenvolvimento do skate em escala mundial. As transformações econômicas do final do século XX também geraram profundos impactos no universo dessa prática esportiva. No final dos anos 1990, o mercado especializado em skate passou por uma reestruturação no que diz respeito às formas de organização das empresas e das atividades de produção, comercialização e consumo de mercadorias.

Castells (1999) explica que uma revolução nas tecnologias de informação modificou a base material das sociedades do final do século XX. Diferentes economias do mundo passaram a estabelecer uma interdependência global. O capitalismo passou por uma reestruturação que se caracteriza por uma maior flexibilidade de gerenciamento, descentralização da empresa e sua organização em rede. Para o autor, a revolução tecnológica do final do século XX deu origem a um novo modelo de economia, identificado através da expressão, “economia em rede”. Essa nova economia possui três aspectos centrais: ela é informacional, global e reticular. Como se poderá ver na primeira parte deste estudo, as empresas e as atividades de produção, distribuição e consumo de produtos no mercado mundial do skate seguem os padrões organizacionais descritos por Castells.

Nas condições atuais de globalização, empresas de países distintos, especializadas na manufatura de peças, vestuários e acessórios de skate, passam a se articular em torno da fabricação de diferentes mercadorias. Nos últimos anos, o processo de produção dos bens no mundo do skate se fragmentou em diferentes países. Os produtos gerados a partir da interação entre empresas de territórios distintos são comercializados mundialmente. Nas condições atuais de integração econômica global, é bastante provável que os mesmos produtos e marcas do mundo do skate sejam

comercializados em *skateshops*¹³ de diferentes cidades, como São Paulo, Nova York e Natal, ou através de lojas virtuais e sites de marcas internacionais. Com efeito, o novo modelo de organização da produção, da distribuição e do consumo de mercadorias de skate em escala mundial advém do desenvolvimento tecnológico-informacional do final do século XX.

Tendo em vista que o skate, assim como outros esportes e atividades de lazer, tornou-se uma prática social mediada pelo mercado capitalista e pelo consumo, será interessante discutir, no final da primeira parte dessa dissertação, os aspectos culturais da aquisição e utilização de mercadorias entre os adeptos dessa atividade.

Douglas e Isherwood (2013) enfatizam que o consumo de mercadorias é capaz de mediar relações sociais entre as pessoas. Do ponto de vista dessa abordagem, os bens funcionam como mediadores das linhas de relações sociais, e o consumo, como aponta Everardo Rocha, ao prefaciá-la obra supracitada, tem por função suprir necessidades simbólicas, ao invés de físicas ou biológicas. Nesse sentido, os bens são necessários, não porque suprem necessidades práticas, mas porque organizam simbolicamente a experiência individual e, dessa forma, fornecem um universo inteligível para quem os consomem.

O acesso ao universo cultural da prática do skate ocorre, sobretudo, mediante o consumo. A aquisição e utilização de mercadorias são de suma importância para os que em torno do skate se relacionam. Através do consumo, os skatistas constituem identidades sociais. No entanto, apesar da integração social proporcionada pelo consumo de mercadorias de skate, o acesso a esses produtos e serviços é extremamente desigual. Enquanto alguns desfrutam da possibilidade de adquirir inúmeros bens, outros se esforçam para continuar a praticar uma atividade totalmente dominada por empresas, marcas e corporações de alcance transnacional.

A segunda parte dessa dissertação discute a questão do exercício da cidadania em tempos de globalização econômica e cultural, a partir do caso do Movimento Skate Potiguar (MSP). Elegeram-se esse movimento como um exemplo significativo para pensar o exercício da cidadania em sociedades globalizadas, pois, além dessas mobilizações expressarem uma nova forma de fazer política e de reivindicar por direitos, elas também refletem aspectos importantes dos efeitos políticos da globalização nas sociedades

¹³Lojas especializadas na comercialização de produtos para skate.

contemporâneas. A análise que este trabalho empreende sobre as mobilizações por uma pista de skate pública em Natal-RN está orientada pela perspectiva dos Estudos Culturais, ingleses e latino-americanos, representada pelo pensamento de autores como, Stuart Hall (2005) e Nestor Garcia Canclini (2008).

A partir das contribuições de Maria da Glória Gohn (2008), este estudo procura contextualizar o Movimento Skate Potiguar como um tipo de ativismo político que está inserido, por apresentar certas características, em um conjunto mais amplo de movimentos sociais que se acentuam desde 1960 e 1970, identificados através do termo, Novos Movimentos Sociais (NMS). Conforme Gohn, é possível estabelecer uma diferenciação entre os “Velhos Movimentos Sociais” e os “Novos Movimentos Sociais”. A autora explica que os “Velhos Movimentos Sociais”¹⁴ se organizam mediante interesses de classe ou nacionais, e atuam a partir de mecanismos tradicionais de representação, como os partidos, os sindicatos, as assembleias, etc. Já os “Novos Movimentos Sociais”¹⁵ se caracterizam pela ausência de uma base classista e nacional, e estruturam-se a partir de causas específicas do cotidiano dos militantes. Assim, a expressão, “Novos Movimentos Sociais”, sugere “(...) uma nova forma de fazer política e a politização de novos temas” (GOHN, 2008, p. 124).

O Movimento Skate Potiguar (MSP) é um tipo de ativismo político de um grupo específico de pessoas que se reconhecem como iguais, não por pertencerem a uma mesma classe ou nação, mas por desempenharem uma prática social comum: o skateboard. Nesse sentido, pode-se argumentar que esse movimento reflete certos aspectos do que Stuart Hall (2005) identificou como as “consequências políticas” da pluralização das identidades na modernidade tardia. Para o autor, mudanças estruturais nas sociedades contemporâneas deslocaram os referenciais de classe, nação, etnia, raça e gênero, que davam estáveis localizações aos indivíduos em sociedade. Em consequência dessas transformações, ocorreu uma fragmentação da paisagem política no mundo atual. As políticas deixam de ser embasadas por “identidades singulares” (de classe, gênero, nação, etnia, etc), e passam a ser orientadas por diferentes posições e práticas que os sujeitos assumem na vida social.

¹⁴O exemplo mais conhecido desse tipo de movimentos sociais são os movimentos operário-sindical do começo do século XX, organizados a partir do mundo do trabalho e da produção.

¹⁵De acordo com Gisela Taschner (2010), os Novos Movimentos Sociais estão relacionados às formas de reivindicação pelos chamados, direitos de terceira geração, ou seja, aqueles que dizem respeito a interesses difusos, por exemplo, a questão ambiental, a qualidade de vida, as demandas de jovens, estudantes, negros, mulheres, homossexuais, consumidores, etc.

De fato, as mobilizações do Movimento Skate Potiguar foram orientadas menos por vínculos sociais “tradicionais” (classe e nação), do que pela adesão de um grupo de pessoas à prática do skate, mediada pelo mercado capitalista mundial e pelo consumo de produtos e mensagens, difundidos pelas indústrias culturais. Nesse sentido, conceber um skatepark como um direito legítimo para um grupo de pessoas e lutar politicamente por isso, expressa uma nova maneira de exercer a cidadania.

Nestor Garcia Canclini (2008) explica que as transformações da vida cotidiana nas cidades latino-americanas, bem como a reestruturação da esfera pública gerada pelo advento dos meios de comunicação de massa, modificaram os modos como as pessoas atuavam na vida política e reivindicavam por direitos. Segundo o autor, mudanças nas maneiras de consumir, ocasionadas pela globalização, alteraram as formas e as possibilidades de exercer a cidadania nas sociedades latino-americanas. Diante da degradação da política tradicional e da descrença em suas instituições, o consumo torna-se um processo sociocultural capaz de regular as múltiplas formas de participação e reivindicação por direitos nas cidades, quando as antigas entidades sociais (Estado, nação e classe), que desempenhavam esta função, entram em crise.

Como explica Canclini, os meios de comunicação de massa ocasionaram uma mudança cultural nas formas de fazer política em sociedades latino-americanas. Atualmente, grande parte das pessoas se informa e passa a atuar na vida pública tendo como referencial as mensagens e imagens disponibilizadas nos canais de TV, nos sites da internet e nos anúncios de revistas. Uma das consequências geradas por essas transformações, de acordo com o autor, é a constante redefinição da sociedade civil. Como afirma Canclini, as sociedades civis se expressam cada vez menos como comunidades nacionais, entendidas como unidades territoriais, linguísticas e políticas, e manifestam-se, principalmente, como comunidades hermenêuticas de consumidores, ou seja, como conjuntos de pessoas que compartilham gostos e pactos de leitura em relação a certos bens, tais como, gastronômicos, esportivos, musicais, os quais lhes fornecem identidades comuns.

A abordagem de Canclini, que vincula as noções de consumo e cidadania, empreende uma crítica às definições clássicas desses conceitos, elaboradas por economistas e juristas. Segundo o autor, para pensar as relações entre consumo e cidadania, é preciso desconstruir a ideia segundo a qual, o comportamento do

consumidor é visto como algo irracional, e a cidadania vista como o conjunto dos direitos garantidos em lei. Para o autor, a cidadania não tem a ver unicamente com os direitos reconhecidos pelos aparelhos estatais, mas relaciona-se, inclusive, com as práticas culturais e sociais que dão sentido de pertencimento. Essa abordagem coincide com os trabalhos da socióloga, Vera da Silva Telles (1999), que procura pensar a questão dos direitos a partir da dinâmica da sociedade. Para a autora, os direitos não se referem apenas as garantias formais inscritas nas leis e instituições, mas também ao modo como diversos interesses se expressam no cenário público. Ou seja, os direitos estabelecem uma forma de sociabilidade regida pelo reconhecimento do outro como sujeito de interesses válidos e demandas legítimas. Por isso, eles não podem ser desassociados das práticas sociais.

Estes argumentos são nitidamente percebidos no caso do Movimento Skate Potiguar (MSP). Tendo em vista que o skateboard tornou-se uma prática social mediada pelo consumo de bens e mensagens, produzidos e difundidos por empresas transnacionais e pelos meios de comunicação de massa, é possível supor que as demandas e a ação política dos integrantes do MSP emergiram das práticas de consumo desses sujeitos em torno do universo do skate. Levando em consideração esses apontamentos, vê-se que esse movimento é um excelente exemplo para se pensar uma possível redefinição do papel do Estado em tempos de globalização.

Canclini (2008) argumenta que toda a literatura sobre políticas culturais supõe que estas devam se referir ao conjunto de tradições e práticas que distinguem as populações de uma determinada cidade, nação ou região. Neste mesmo sentido, as políticas culturais urbanas voltam-se exclusivamente para a manutenção de tradições culturais locais, que supostamente diferenciam uma cidade de outras, sem muito se preocuparem com grupos sociais adeptos de práticas culturais disseminadas pelos meios de comunicação. Para o autor, a elaboração de estudos que analisem as mudanças culturais nas formas de fazer política em sociedades latino-americanas, ocasionadas pela remodelação do consumo nas cidades e pela reestruturação do público e do privado a partir dos meios eletrônicos de comunicação, faz-se indispensável para reorientar as políticas culturais urbanas na América Latina.

Pelo fato de Natal ser uma cidade turística, até o momento, a Prefeitura e o Governo do Estado se preocuparam unicamente em vender os costumes locais para os

visitantes em hotéis de luxo, lojas de artesanato e restaurantes. Consequentemente, os gestores urbanos locais esqueceram-se de que Natal é uma cidade multicultural, marcada pela coexistência de culturas tradicionais e culturas desterritorializadas, produzidas e difundidas pelos meios eletrônicos de comunicação a nível mundial.

Diante do atual cenário sociocultural, torna-se de extrema importância uma reforma do estado que garanta direitos a grupos adeptos de práticas culturais mediadas pelo mercado capitalista mundial e pela produção industrial de cultura. Essa reforma deve ter em seu cerne o fato de que as demandas dos cidadãos se multiplicam devido às diferenças sociais, culturais e simbólicas configuradas pela globalização. É preciso reconhecer o atual redimensionamento das instituições e circuitos de exercício do público. Os antigos referenciais de classe e nação estão perdendo força em face aos conglomerados empresariais de alcance transnacional, que passam a influenciar nas decisões políticas dos cidadãos. Em tempos de globalização, a participação política e o exercício da cidadania dão-se, dentre outras formas, mediante o consumo. Com a crise da nação e com a degradação da política tradicional, ocasionadas pela reorganização transnacional do mercado, assim como pela reestruturação da esfera pública com o advento dos meios de comunicação nas sociedades latino-americanas, o consumo torna-se um dispositivo sociocultural por meio do qual organizam-se as políticas dos grupos sociais. Somente mediante o reconhecimento destas transformações, as políticas culturais urbanas locais tornar-se-ão mais democráticas.

IV

Após a apresentação do tema, dos objetivos e do marco teórico desse estudo, faz-se necessário comentar as circunstâncias de realização do trabalho de campo dessa pesquisa. As páginas que se seguem misturam teoria antropológica com minha experiência enquanto adepto do skateboard. Conheci o skate em 1999, aos nove anos, quando ainda morava em São Paulo-SP, época em que passei a experimentar o universo dessa atividade de várias formas, por exemplo, assistindo vídeos, comprando produtos, etc. Consequentemente, adquiri um conjunto de códigos e habilidades corporais que define um skatista.

Em 2001 meus pais se mudaram para Natal, onde o universo do skate é completamente diferente em comparação ao que eu havia vivenciado em São Paulo. A falta de espaços públicos e incentivo governamental são os principais problemas dos

skatistas em Natal. Diante dessas dificuldades, me engajei, em 2007, junto com vários amigos, nas lutas do Movimento Skate Potiguar. Em 2008, após ingressar no curso de Ciências Sociais da UFRN, busquei desenvolver pesquisas que pudessem servir como instrumentos para denunciar esses problemas. Assim, fiz do universo de minhas práticas cotidianas meu próprio objeto de estudo. Por esse motivo, nessa dissertação, não será possível separar o sujeito que observa, do que será observado.

Posto assim, a “sociologia carnal” desenvolvida por Loïc Wacquant (2002) em seu estudo sobre o pugilismo num gueto negro de Chicago, faz-se imprescindível em um trabalho onde não estão claros os limites entre teoria antropológica e experiência de vida. Para Wacquant, o aprendizado das disposições¹⁶ práticas do cosmo de investigação por parte do pesquisador, serve como técnica de representação sociocultural. Partindo desses pressupostos, procurei fazer de minha experiência pessoal uma ferramenta de investigação, já que utilizei os conhecimentos prévios que possuía acerca do universo do skate para melhor embasar a pesquisa que desejava realizar.

Em razão do local de realização desse estudo ser uma cidade, cabe estabelecer, em princípio, algumas ressalvas em relação à utilização da técnica do trabalho de campo em contextos urbano-industriais. Apesar de a antropologia ser uma disciplina que surgiu direcionada ao estudo das chamadas, “sociedades simples” ou “primitivas”, a pesquisa antropológica em áreas urbanas é uma preocupação de longa data. Autores da Escola Sociológica de Chicago, como Robert Ezra Park (1925), Louis Wirth (1938), Robert Redfield (1941) e Oscar Lewis (1951), são considerados precursores do que mais tarde convencionou-se chamar de Antropologia Urbana.

Como explica Ruben Oliven (2007), estes autores encararam a cidade como uma variável explicativa e independente de outras dimensões da vida social. Entendiam-na como uma potência social capaz de gerar, através de sua influência, consequências diversas para a vida em sociedade. Os sociólogos de Chicago atribuíram à cidade o poder de criar uma cultura urbana marcada pela desorganização social e cultural. Por isso, estes autores preocupavam-se tanto com a questão da “patologia social”.

¹⁶O trabalho de Wacquant foi influenciado pelo pensamento de Bourdieu (2000) acerca da clássica noção de *habitus* social. Conforme Bourdieu, a palavra *habitus* indica o conhecimento adquirido. O *habitus* funciona como um conjunto de disposições (modos de ser) que estruturam as práticas sociais dos sujeitos. Wacquant (2011) utiliza este conceito de duas formas: primeiro, ele funciona como objeto de investigação, pois sua obra detalha a construção das disposições corporais e mentais que definem o boxeador; segundo, opera como instrumento metodológico, pois, para o autor, a aquisição dessas mesmas aptidões por parte do sociólogo fornece um aparato para melhor estruturar suas análises.

Oliven aponta para os problemas de se conceber a cidade como uma variável independente. Segundo o autor, as cidades são os centros mais dinâmicos das sociedades complexas, elas representam espaços nos quais as contradições deste tipo de sociedade se tornam evidentes. Assim, a cidade se constitui, segundo o autor, como um contexto no qual se desenvolvem vários processos e fenômenos sociais, não sendo, portanto, a principal causa destes fenômenos. Dessa maneira, de acordo com Oliven, seria correto falar de uma Antropologia *na* cidade do que *da* cidade, já que a preocupação residiria em estudar fenômenos e situações que ocorrem em cidades, sem forçosamente explicá-los a partir da noção de urbano enquanto variável independente e geradora destas situações.

Oliven postula algumas ressalvas quanto à utilização de métodos e técnicas antropológicas no estudo de sociedades urbano-industriais. Para o autor, a maior contribuição da antropologia no estudo de áreas urbanas é o método do trabalho de campo. Conforme Oliven, é através da observação participante que se tem a possibilidade de perceber como a cultura reflete e media as contradições de uma sociedade complexa. É observando os acontecimentos do cotidiano que a antropologia pode construir novas interpretações, uma vez que o trabalho de campo tem um papel central no desenvolvimento da antropologia. E é por se preocupar em estudar os reflexos das transformações cotidianas e como elas são vivenciadas por diferentes camadas sociais, que a antropologia vem desempenhando um papel relevante na compreensão da dinâmica de sociedades complexas. Nesse sentido, como sugere o autor, pode-se resgatar o estudo antropológico do meio urbano desde que se compreenda que a cidade é o local em que convivem diversos grupos em experiência e vivências, em parte comuns, em parte diferentes.

Tendo em vista os esclarecimentos de Ruben Oliven, pode-se dizer que uma das principais preocupações da antropologia urbana é entender a dinâmica cultural em contextos urbano-industriais, ou seja, compreender como a cultura é capaz de mediar relações sociais e formar grupos na cidade. Assim, a “antropologia de grupos urbanos”, sugerida por Oliven, possui total importância nesta dissertação, já que, esta pesquisa diz respeito a um estudo de um grupo específico de pessoas que mantém relações por desempenharem uma prática esportiva estritamente relacionada ao fenômeno urbano.

Em março de 2015 passei a desenvolver trabalho de campo com skatistas de Natal. Por convenção, dividi o campo empírico dessa pesquisa em duas partes. A primeira teve por objetivo realizar um mapeamento da prática do skate em Natal. Assim, passei a desenvolver observações em *picos*¹⁷ e skateshops da cidade, na tentativa de obter informações a respeito da condição social dos skatistas e do mercado local especializado em skate. Na segunda parte do trabalho de campo, passei a conversar e entrevistar alguns integrantes do Movimento Skate Potiguar (MSP).

Na primeira parte da pesquisa, observei *in loco* a dinâmica dos picos e das lojas de skate em Natal. As técnicas que utilizei nesta etapa foram: observações diretas, aplicação de questionário socioeconômico, registro fotográfico, registro audiovisual e entrevistas com skatistas, empresários e comerciantes locais. Optei por começar pelos picos, depois passei a visitar as lojas. Após algumas observações, apliquei um questionário socioeconômico com os skatistas que frequentavam os espaços para traçar algumas semelhanças e diferenças entre as localidades. Comecei pela zona sul, onde já conhecia boa parte das pessoas e dos lugares, passando para o centro da cidade, depois para a zona oeste e, por fim, para a zona norte. Ao todo, visitei seis picos de skate em Natal, são eles: a Praça Henrique Carloni, em Ponta Negra, a Praça do Floca, em Mirassol, o Presépio de Natal, em Candelária, a Praça André de Albuquerque, no Centro, o Galpão do bairro Cidade da Esperança, e a Quadra de esportes do Conjunto Santa Catarina, na zona norte de Natal.

Em média, realizei de duas a três visitas em cada local. As primeiras visitas eram destinadas a observações. As demais tinham por objetivo a aplicação dos questionários e a realização das entrevistas. De cinco a dez skatistas por local participaram da pesquisa. Na Praça Henrique Carloni, os entrevistados foram: Ricardo Gonçalves Carneiro Junior, Tiago Brasil de Oliveira Santos, Júlio Machado Câmara Neto, Alex de Oliveira Lobato, Rômulo Petri Birschner, Ricardo Deodato Bandeira, Carlos Roberto Cavalcanti Filho, Felipe Augusto da Costa e Silva, Lucas Gabriel Ferreira de Araújo e Valdiperes de Moura Silva. Na Praça do Floca, no Presépio de Natal e no Galpão da Cidade da Esperança, apenas foram realizadas observações. Na Praça André de Albuquerque, os entrevistados foram: Douglas Vicente da Silva, Allyson Matheus da Silva, Cayo Lucas Batista de Paiva, Israel Rocha de Lima, Cleyton Ildfonso Vieira dos

¹⁷Termo dos skatistas que designa lugares da cidade utilizados como obstáculos. Uma praça, uma rua ou qualquer outro espaço pode ser considerado um pico.

Santos, Caio Alexandre Oliveira Rodrigues e Matheus de Lima Rocha. Na quadra de esportes do Conjunto Santa Catarina, participaram do estudo, Caio Vinicius Romão de Moura, Mateus de Moura dos Santos Schneider, Isaac de Oliveira de Azevedo, Willian Marchetto de Mendonça, Matheus Anderson Guimarães Gadelha e Davi Rodrigues Silva.

Após algumas idas nestes espaços, passei a frequentar algumas lojas de skate em Natal, na intenção de obter informações acerca do mercado local especializado nessa atividade. Realizei de uma a três visitas em cada estabelecimento comercial. Ao todo, visitei quatro lojas, são elas: a Fish Natal Shopping, a Lee Boards – Surf, Skate e Arte, a Only Skate Shop e a Sport Mix. Apenas a Lee Boards e a Only podem ser consideradas skateshops. As demais comercializam produtos para skate, mas não são especializadas na atividade, pois vendem, também, artigos para outras modalidades esportivas.

Na tentativa de descrever o mercado do skate em Natal, busquei adquirir informações sobre a estrutura física e administrativa dos estabelecimentos, o tipo de serviço prestado, as marcas e produtos comercializados, as relações entre as lojas, os representantes e os fornecedores de marcas de skate, o perfil dos clientes, entre outros. Na Fish Natal Shopping, conversei com a vendedora, Yasmin Brasil. Na Lee Boards, entrevistei o vendedor, Fabrício Jr. Na Only Skate Shop, falei diretamente com o proprietário, Lucas Seleguini e, na Sport Mix, conversei com o vendedor, Jean. As informações disponibilizadas acerca do mercado do skate em Natal, que serão apresentadas no segundo capítulo desta dissertação, partem dos depoimentos fornecidos por essas pessoas.

Na segunda parte do trabalho de campo, entrevistei alguns integrantes do Movimento Skate Potiguar (MSP). Na maioria das vezes, ou me encontrava com as pessoas em suas casas, ou mandava o questionário para elas através da internet. Os integrantes do MSP que participaram dessa pesquisa foram: Raul Pacheco, Layan Soares Gomes, Alessandro Amaral, Ilzeli Confessor, Elen Fechine, Paulo Costa, Lucas Aniceto, Manuell Victor, Rafael Azevedo e Eduardo Figueiró. Após pedir encarecidamente pela participação dessas pessoas¹⁸, obtive algumas informações a

¹⁸Algumas dificuldades surgiram nessa etapa do trabalho de campo. Infelizmente, não consegui o depoimento de uma das pessoas mais importantes na organização do Movimento Skate Potiguar. Elen Fechine, organizadora dessas mobilizações, é uma das interlocutoras mais importantes dessa pesquisa. No entanto, alegando problemas pessoais, ela não pôde contribuir na elaboração deste trabalho.

respeito das expectativas e opiniões que elas possuíam do MSP. Consegui, inclusive, registros fotográficos e dados importantes dessas mobilizações, principalmente no que se referem às datas, lugares e participantes das manifestações.

Por se tratar de um movimento que teve fim no ano de 2011, busquei retomar antigas lembranças que estes sujeitos guardavam acerca do MSP. Assim, tentei descrever, a partir destes depoimentos, os aspectos mais importantes dessas manifestações. Em algumas passagens, utilizo as falas destes indivíduos, enquanto em outros momentos, procuro parafrasear as informações solicitadas por eles.

Partindo de uma descrição do Movimento Skate Potiguar, este estudo propõe discutir a questão do exercício da cidadania em tempos de globalização da cultura e da economia, a partir do referencial teórico dos Estudos Culturais, ingleses e latino-americanos. Existem dois motivos para a realização desse trabalho. O primeiro é teórico. Nesse sentido, procura-se produzir certo conhecimento acerca da realidade dos skatistas de Natal. A segunda motivação é política. Dessa forma, a intenção é que este texto sirva como um instrumento de reivindicação para os skatistas da capital potiguar.

V

Esta dissertação está organizada em três capítulos. O primeiro é teórico, e está estruturado em cinco sessões. O item inicial apresenta o contexto histórico-social no qual o skate se desenvolveu enquanto prática cultural e esportiva. O segundo discute os efeitos do desenvolvimento midiático no universo da prática do skate em escala mundial. O terceiro tópico problematiza como a intensificação das migrações na segunda metade do século XX ocasionou a difusão mundial da cultura do skate. O quarto tópico procura entender como estão organizadas, nas atuais condições de interconexão econômica global, a produção industrial e o mercado do skate. O último item discute os aspectos simbólicos e materiais do consumo de mercadorias entre os adeptos da prática do skate.

O segundo capítulo é essencialmente morfológico, e tem por objetivo mapear a prática do skate em Natal-RN. Assim, o capítulo fornece uma perspectiva histórica do skateboard na cidade, e divide-se em três sessões. A primeira aborda a história do skate em Natal durante os anos 1980 e 1990. O segundo item descreve os diferentes lugares onde o skate é praticado na cidade atualmente, assim como apresenta informações

acerca das condições sociais dos skatistas em Natal. A terceira sessão apresenta o mercado do skate na cidade a partir de uma descrição das principais lojas, empresários, produtos, marcas comercializadas, entre outros.

O terceiro capítulo discute a questão do exercício da cidadania em sociedades globalizadas, a partir do caso empírico do Movimento Skate Potiguar (MSP). O capítulo se inicia com uma descrição das mobilizações por um skatepark público em Natal, passando para uma análise teórica destas mobilizações, embasada pela abordagem dos Estudos Culturais. O capítulo divide-se em três tópicos. O primeiro descreve os principais aspectos do Movimento Skate Potiguar. O segundo procura contextualizar esse movimento como um tipo específico de ativismo político, identificado através do termo, *Novos Movimentos Sociais*, bem como discute a questão do exercício da cidadania em tempos de globalização, tendo como exemplo as reivindicações por uma pista de skate pública em Natal. O terceiro e último tópico propõe uma reforma do estado e das políticas culturais urbanas em Natal a partir do caso do Movimento Skate Potiguar.

1. A prática do skate em tempos de globalização

1.1 O contexto histórico-social de desenvolvimento do skateboard

O *skateboard*, prática esportiva de origem norte-americana, consiste no ato de uma pessoa deslizar sobre o solo ou obstáculos, portando um *skate*, objeto constituído de um *shape* (prancha de madeira), dois *trucks* (eixos de ferro) e quatro rodas. Em português, a palavra, skateboard, traduz-se para “deslizar sobre uma prancha”, onde o prefixo, *skate*, significa, “deslizar/patinar”, e o sufixo, *board*, designa, “prancha”. Existem diferentes modalidades ou estilos de praticar o skateboard, por exemplo, em rampas com formato de “U”, chamadas, *half-pipes* (estilo vertical); nas ruas (modalidade *street*); ou em ladeiras (modalidade *downhill*).

Apesar de as décadas de 1960 e 1970 serem consideradas a época de desenvolvimento da prática do skate, tanto nos Estados Unidos, quanto em outros países, não é possível ter certeza quanto à data exata de seu surgimento. De acordo com dados da Confederação Brasileira de Skate (CBSK), o objeto skate surgiu na primeira metade do século XX derivando dos *rollers scooters*, patinetes de madeira que começaram a ser fabricados a partir de 1900 nos Estados Unidos¹⁹. Embora haja registros que comprovem a existência do skate desde a primeira metade do século XX, o desenvolvimento desta atividade ocorreu, sobretudo, durante os anos pós-Segunda Guerra Mundial.

Giancarlo Machado (2011) afirma que, nos anos 1950, a prática do skate não passava de uma brincadeira onde não se tinham regras e objetivos bem definidos. Nesse período, não existia um padrão para a fabricação, nem a produção de skates em larga escala, que eram feitos de forma improvisada, com eixos e rodas de patins²⁰. Segundo o autor, uma década depois, os intercâmbios culturais estabelecidos com o universo do surfe, transformaram os valores sociais do skate. Na década de 1960, surfistas californianos se apropriaram desse objeto e deram-lhe outro sentido, após alterarem seu formato original. Os shapes, que não eram padronizados, passaram a possuir o formato de uma prancha.

¹⁹Disponível em: www.cbsk.com.br/dados, acessado em 10/11/2015.

²⁰Nota-se que, desde as primeiras décadas do século XX, existiam indústrias especializadas na fabricação de patins nos EUA, como a Peck e Snyder Company e a Roller Hockey Skate Company, ambas de 1910.

Como explica Machado, em razão da aproximação com o surfe durante os anos 1960, a prática do skate ficou mais conhecida no período como, *sidewalk surfing* que, em português, significa, “surfe de calçada”. De acordo com o autor, após a aproximação com o surfe, os skates passaram a ser fabricados em larga escala, desencadeando, com isso, um processo de esportivização dessa atividade, assim como sua popularização.

Conforme informações da Confederação Brasileira de Skate (CBSK), nos anos 1960, o desenvolvimento da prática do skate esteve completamente ligado ao universo do surfe. Nesse período, empresários da Califórnia do Sul, como Hobart “Hobie” e Larry Stevenson, especializados na fabricação de equipamentos de surfe, começaram a produzir skates e organizar eventos e equipes para divulgar esses equipamentos. Em 1963, ocorreu o primeiro campeonato de skate dos Estados Unidos, realizado em Hermosa Beach – Califórnia. Neste mesmo ano, essa atividade deixa de ser identificada como *sidewalk surfing*, e passa a se chamar, *skateboard*.²¹

Se, no começo dos anos 1960, é possível perceber a popularização do skate em território norte-americano, na segunda metade daquela década, essa atividade tornou-se estigmatizada naquele país. Muitas revistas e programas de televisão passaram a comercializar uma imagem negativa do skate, o que acarretou na queda da popularidade e das vendas desse objeto no período. No começo dos anos 1970, o skateboard é revolucionado a partir de inovações nas tecnologias de fabricação de peças e equipamentos. O surfista e engenheiro químico, Frank Nashworthy, cria as rodas de poliuretano em 1972, acontecimento que contribuiu para popularizar o skate novamente nos Estados Unidos. De acordo com o historiador Leonardo Brandão (2006, p. 32),

Essa nova tecnologia acarretou uma reviravolta na história dessa atividade, pois com o poliuretano os skates passaram a ser mais velozes e aderentes ao asfalto, conquistando rapidamente um maior número de adeptos. O que possibilitou o aparecimento de inúmeras manobras. O resultado foi a criação de pistas, campeonatos, marcas, fábricas e lojas especializadas.

De acordo com informações da Confederação Brasileira de Skate (CBSK), a criação das rodas de poliuretano colaborou enormemente para que o skateboard se consolidasse definitivamente como um esporte popular nos EUA, pois com o aumento no número de adeptos ocasionado por essa tecnologia, surgiram diversas fábricas, lojas

²¹Disponível em: www.cbsk.com.br/dados, acessado em 10/11/2015.

e locais específicos para a atividade. As rodas de poliuretano possibilitaram, inclusive, a criação de inúmeras manobras, o que modernizou o skate no período com o surgimento de novas modalidades ou estilos. Ainda durante os anos 1970, o skate ganhou uma identidade própria ao se ligar à contracultura²² que nascia na época, sobretudo, a New Wave e o Punk, tornando-se um esporte rebelde²³.

Leonardo Brandão (2006) ressalta que durante o período de desenvolvimento da prática do skate nos Estados Unidos, entre 1960 e 1970, essa atividade esteve profundamente ligada à contracultura. Segundo o autor, esse termo foi inventado pela imprensa norte-americana para designar um conjunto de movimentos de rebelião da juventude²⁴, tais como: o movimento hippie, o rock and roll, o uso de drogas, a liberdade sexual, entre outros. Como explica o autor, a prática do skate manteve fortes relações, tanto com movimentos contraculturais de música (sobretudo, o punk e o hip-hop), quanto com diversos tipos de arte, comportamento e moda urbana. Para o autor, em razão das articulações entre o skate e os movimentos contraculturais, constituiu-se um imaginário social que comumente associou os skatistas à marginalidade. Por isso, é possível perceber, ao longo da história, diversos casos de intransigência policial e familiar envolvendo skatistas.

Ainda de acordo com Brandão (2009), o período de desenvolvimento do skateboard nos Estados Unidos caracteriza-se como uma época de grandes mudanças comportamentais ocorridas em diversas partes do mundo. Segundo o autor, esse período foi marcado por uma espécie de “revolução cultural” (HOBBSAWM, 2000), que se caracteriza por profundas transformações da vida cotidiana nas cidades. Entre as mudanças mais notáveis da época, o autor destaca a ascensão de uma cultura juvenil contemporânea.

(...) a segunda metade do século XX assistiu uma juvenilização da cultura e com ela a busca por novos canais de expressividade. Muitos jovens (...) passaram, através de suas práticas sociais e atitudes cotidianas, a reivindicarem que outro mundo era possível, não mais aquele da guerra, do militarismo, da repressão e da sisudez (...) mas sim um mundo com características diferentes, de realidades mais abertas ao prazer, ao lúdico e a alteridade (...) (BRANDÃO, 2009, p. 329).

²²Sobre a noção de contracultura nas Ciências Sociais, ver Pereira (1996).

²³Disponível em: www.cbsk.com.br, acessado em 10/11/2015.

²⁴Para uma discussão acerca das principais abordagens sobre juventude nas Ciências Sociais, ver o trabalho de Abramo, Freitas e Sposito (2000).

Segundo Brandão, o aparecimento de uma cultura jovem durante os anos 1960 e 1970 pôde ser percebido em diversos campos das artes e da moda. O rock and roll foi uma das expressões juvenis mais marcantes do período, pois, para o autor, este estilo musical apresentava uma postura diferente do conservadorismo social, cultural e estético vigentes na época. Além do rock, Brandão ressalta ser possível identificar a ascensão de uma cultura juvenil nos filmes hollywoodianos do período, através de ídolos como, James Dean, Marlon Brando e Anthony Perkins, que estimularam muitos jovens de classe média a uma vida de liberalização. Durante os anos 1960 e 1970, existia, portanto, “(...) a gestação de uma nova ética cultural jovem (...), novas esperanças e novos sonhos de liberdade”. (BRANDÃO, 2009, p. 330).

O surgimento da prática do skate em cidades norte-americanas está associado à ascensão de culturas juvenis durante as décadas de 1960 e 1970. O skateboard, assim como o rock e o movimento hippie, é uma cultura juvenil urbana que surgiu mediante a contestação de valores sociais dominantes naquele período. Como explica Brandão (2006), os jovens norte-americanos, ao vivenciarem uma conjuntura social marcada pelas atrocidades da guerra e por uma ética voltada ao trabalho incessante, passaram a valorizar o prazer, o tempo livre, a liberdade, etc. Conseqüentemente, muitos deles buscaram novas formas de se expressar, de se representar e de viver a experiência urbana. A prática do skate foi uma forma específica de interpretar e de criticar aquela conjuntura social.

De acordo com Juarez Dayrell (2003), os jovens são sujeitos sociais, indivíduos que constroem um modo de ser para si, a partir de suas experiências cotidianas. Nesse sentido, a juventude não é uma fase de transitoriedade ou momento de crise, mas uma maneira peculiar de lidar e representar um determinado momento histórico. Conforme o autor, os jovens são sujeitos sociais na medida em que experimentam e interpretam, de uma forma específica, um determinado contexto histórico-social, o qual estão inseridos, e que, por sua vez, é constituído por fatores de ordem cultural, política e econômica.

Se, por um lado, o surgimento da prática do skate nos EUA deve-se à ascensão de novas culturas juvenis durante os anos 1960 e 1970, é possível afirmar, inclusive, que sua difusão e incorporação em outras sociedades e países, ocorreu em razão de certos processos sociais, econômicos e culturais que marcaram o mundo do final do século XX. Com efeito, o desenvolvimento do skate enquanto prática cultural e

esportiva ocorreu em um contexto histórico-social que pode ser identificado através do termo, globalização.

De acordo com Roland Robertson (1998), o que acabou sendo denominado de globalização é melhor interpretado como aquilo que indica o problema da forma como o mundo se torna unido. Essa noção refere-se ao conjunto de processos e acontecimentos históricos através dos quais sociedades distintas passam a interagir umas com as outras, gerando uma condição específica de interdependência global. Ao contrário do que se acredita, a globalização não é um fenômeno atual. Segundo Robertson, ela está intrinsecamente associada à modernidade, e se iniciou na sociedade europeia do século XV, estendendo-se até a atualidade. Para o autor, certos acontecimentos históricos, como o surgimento dos estados-nacionais, a consolidação de formas globais de comunicação, a criação da ONU, bem como a expansão do capitalismo, são considerados aspectos empíricos da globalização, já que foram responsáveis pelas circunstâncias atuais de interdependência social global.

Octávio Ianni (1995) reitera que, dependendo da tradição teórica, a noção de globalização pode contemplar processos culturais, econômicos, políticos, geográficos ou mesmo literários. Mike Featherstone (1998) explica que o conceito de globalização alude ao conjunto de processos de integração e desintegração cultural, que se realizam não apenas a nível interestadual, mas também que transcendem a unidade da sociedade estatal e que, portanto, ocorrem a nível transnacional ou trans-social. Segundo o autor, essa noção também faz alusão a processos que sustentam a permuta e o fluxo de mercadorias, pessoas, informações, conhecimentos e imagens pelo mundo.

Featherstone (1997) enfatiza que o principal aspecto da globalização da cultura diz respeito ao deslocamento da esfera cultural (símbolos, códigos, práticas) em relação à esfera social (relações sociais, território). Em razão do advento dos meios de comunicação, do desenvolvimento tecnológico, bem como da intensificação das migrações, uma quantidade cada vez maior de culturas passa a ser conhecida por pessoas em diferentes partes do mundo, independente de suas posições de classe, gênero, nacionalidade e etnia. A produção e disseminação de símbolos, objetos, mensagens, imagens e códigos, proporcionada pelos meios de comunicação de massa, faz com que a cultura se mundialize, o que a torna desterritorializada.

No que se refere ao processo de globalização da economia, o principal aspecto desse fenômeno diz respeito à transnacionalização da atividade econômica. Como explica Renato Ortiz (2000), a globalização implica certo grau de integração funcional entre atividades econômicas dispersas. O conceito se aplica à produção, distribuição e consumo de bens e serviços, organizados a partir de uma estratégia mundial e voltados para um mercado mundial. Nesse sentido, a globalização da economia corresponde a um nível e a uma complexidade da atividade econômica, na qual as partes, antes internacionais, se fundem numa mesma síntese: o mercado mundial.

O skateboarding se desenvolveu enquanto prática cultural e esportiva neste contexto histórico-social específico, marcado pela integração de diferentes sociedades e culturas, ocasionadas por diferentes acontecimentos históricos, bem como pela reorganização transnacional da economia, durante a segunda metade do século XX. Todavia, quais acontecimentos históricos, associados ao processo de globalização, contribuíram para o desenvolvimento e para a difusão da prática do skate em nível mundial?

Sem dúvida, a difusão do skate em relação a seu território original (EUA), e sua incorporação em diferentes sociedades, deve-se a dois acontecimentos históricos característicos do mundo do final do século XX, a saber: o desenvolvimento midiático e a intensificação das migrações. Para o antropólogo Arjun Appadurai (2004), os meios de comunicação social, sobretudo eletrônicos, e as migrações, foram acontecimentos históricos responsáveis por estabelecer novas formas de intercâmbios culturais entre as sociedades contemporâneas. Por isso, estes acontecimentos podem ser compreendidos como aspectos centrais da globalização. Para o autor, os meios de comunicação e as migrações deram uma nova tessitura ao mundo atual, pois eles modificaram as antigas formas de relações intersociais que se configuraram no passado.

Em suma, a comunicação eletrônica e as migrações marcam o mundo do presente, não como forças tecnicamente novas, mas como aquelas que parecem impelir (e, por vezes, compelir) a obra da imaginação. Juntas criam irregularidades específicas porque espectadores e imagens estão em circulação simultânea. Nem as imagens nem os espectadores cabem em circuitos ou audiências que facilmente se confinam a espaços locais, nacionais ou regionais. Claro que muitos espectadores podem não emigrar. E muitos acontecimentos mediatizados são de alcance fortemente local (...). Mas poucos são os filmes, notícias radiofônicas, ou espetáculos de televisão importantes que se mantêm inteiramente incólumes a outros acontecimentos midiáticos vindos de longe. (APPADURAI, 2004, p. 15).

Em razão do desenvolvimento tecnológico e midiático, bem como do movimento de pessoas, imagens e mercadorias entre as fronteiras nacionais, o skate tornou-se uma atividade conhecida em diferentes sociedades do mundo. Não há dúvidas, por exemplo, quanto ao papel que as indústrias culturais e as novas tecnologias de comunicação (TV, computador, Internet, satélites, etc) desempenharam para difundir a cultura do skate. Além disso, os fluxos migratórios de pessoas, mercadorias e imagens midiáticas a nível mundial, possibilitaram que pessoas de diferentes sociedades conhecessem e praticassem o skateboard.

1.1.1 O Skate e os meios de comunicação de massa

O desenvolvimento midiático-comunicacional é um acontecimento histórico que contribuiu para a configuração da atual condição de interdependência global e, por isso, pode ser considerado um aspecto da globalização. Os meios de comunicação de massa e as indústrias culturais desempenharam papel significativo na produção e na difusão da cultura do skate, entendida enquanto um amplo universo de símbolos, mensagens, marcas, códigos e objetos, manufaturados e disseminados mundialmente por inúmeras revistas, sites, produtoras de vídeos, canais e programas de TV. Os meios de comunicação de massa, a internet e as indústrias culturais, foram responsáveis pela difusão da cultura do skate para diferentes países e sociedades do mundo.

De acordo com Canclini (2002), entende-se por indústrias culturais, o conjunto de atividades de produção, comercialização e comunicação de mensagens e bens em grande escala, que favorecem a difusão em massa, nacional e internacional, de informação e entretenimento. Para o autor, o processo de industrialização da cultura teve início com os avanços tecnológicos ocorridos durante a segunda metade do século XX, que ocasionaram o aparecimento, em diferentes países, de indústrias editoriais (jornais, revistas), e audiovisuais (rádio, cinema, televisão, vídeo e fonografia). Em fins do século XX, as indústrias culturais se aperfeiçoaram em razão do desenvolvimento eletrônico e de satélites, que gerou novos modos de comunicação, por exemplo, a internet, o que permitiu articular o que antes se produzia de forma separada em cada nação.

Conforme Canclini, a ação transnacional das indústrias culturais está reconfigurando a esfera pública, a comunicação social, a informação e os

entretenimentos cotidianos em quase todo o planeta. Por um lado, as indústrias culturais possibilitam a aproximação e a inter-relação entre culturas que estavam separadas no tempo e no espaço, fazendo com que cada vez mais símbolos, comportamentos e práticas sejam conhecidos em todo o mundo. No entanto, conforme o autor, o acesso aos bens e mensagens produzidos pelas indústrias culturais permanece bastante desigual. Enquanto a grande massa se limita em consumir informação e entretenimentos que circulam em rádios e TVs gratuitas, as elites e a classe média desfrutam de TV a cabo, computadores, antenas parabólicas, entre outros aparelhos eletrônicos. Para Canclini, apesar do desenvolvimento comunicacional e do surgimento de novas indústrias culturais, o acesso a estes meios ainda é muito desigual.

Nos Estados Unidos, as primeiras indústrias editoriais especializadas em skate apareceram na década de sessenta. Em 1964, surgiu, na Califórnia, a primeira revista de skate do mundo, chamada, *The Quarterly Skateboarder*, que após onze anos de inatividade, em 1975, passou a se chamar, *Skateboarder Magazine*. Essa revista foi um importante canal de divulgação do skateboard durante os anos 1970 e 1980. Antes do surgimento da *The Quarterly*, os anúncios de marcas e imagens de skatistas eram disponibilizados em revistas especializadas em surfe.

Em 1981, na cidade de São Francisco-CA, Kevin Thatcher e Fausto Vitello, fundam a revista Thrasher Skateboard Magazine, periódico mensal que publica artigos, fotos, entrevistas com skatistas profissionais, entre outras coisas. Além de disponibilizar edições impressas, a Thrasher Magazine também possui uma ampla plataforma de mídia, composta por páginas e canais em diferentes sites e redes sociais, tais como, Youtube, Vimeo, Facebook, Instagram e Twitter. De alcance mundial, a Thrasher tornou-se um importante veículo de divulgação da cultura do skate na atualidade.

Em 1983, foi criada a revista, Transworld Skateboarding, que compõe o grupo, The Enthusiast Network, uma rede de indústrias editoriais e audiovisuais formada por marcas como a Trend Motor, de automóvel, a Hot Rod, de surfe, além da Transworld, especializada em skate. A Enthusiast Network engloba mais de cinquenta revistas, sessenta sites e mil marcas de produtos, sendo considerada a maior plataforma de mídia especializada em esportes radicais do mundo.

Em 1992, o skatista e empresário norte-americano, Steve Rocco, fundou a Big Brother Skateboarding Magazine, importante canal de divulgação da cultura do skate

nos EUA dos anos 1990. Em 2004, a revista cessa suas publicações mensais. Em 1993, Terri Craft cria, na cidade de Wilmington, Carolina do Norte, a Juice Skateboarding Magazine, revista especializada, tanto em skate quanto em surfe. Atualmente, a sede desta revista fica em Venice, Califórnia. Nos anos 1990, assim como a Big Brother, a Juice foi um importante canal de divulgação do skate.

Em 2004, ocorreu a publicação da primeira edição da The Skateboard Mag, revista norte-americana fundada por Dave Swift e Atiba Jefferson. Atualmente, assim como a Thrasher Magazine, essa revista tornou-se um dos principais veículos de divulgação da cultura do skate nos Estados Unidos.

Indústrias editoriais especializadas em skate surgiram em outros países do mundo entre 1990 e 2000. Em 1995, na cidade de Berlim, Alemanha, Thomas Marecki funda a Lodown Skateboarding Magazine, revista especializada em esportes de prancha, tais como, surfe e skate. Essa revista é publicada bimestralmente em Berlim e distribuída em todo o mundo. Também em 1995, Jim Peskett funda, em Oxford, Inglaterra, a Sidewalk Magazine, primeira revista de skate do Reino Unido. Embora existam outras revistas, atualmente, a Lodown Mag e a Sidewalk Magazine são importantes canais de divulgação da cultura do skate no continente europeu.

No Brasil, o surgimento de indústrias editoriais especializadas em skate data do final dos anos 1970. Entretanto, a cultura do skate ganhou destaque em revistas brasileiras desde o começo daquela década. Em uma matéria publicada na revista 100% Skate, Viegas e Brandão (2009) argumentam que antes de surgirem revistas especializadas em skate no país, em 1972, a revista Geração Pop trouxe o skate como um tema de destaque em diversas edições, divulgando campeonatos e skatistas renomados da época.

De acordo com os autores, a primeira revista especializada em skate do país foi a Esqueite, que teve apenas duas edições entre setembro e novembro de 1977. Em 1978 surgiu a segunda revista de skate brasileira, a Brasil Skate, que em três edições, atuou como a pioneira na divulgação da atividade no país. Segundo os autores, nos anos 1980, o mercado editorial brasileiro especializado em skate apresentou um crescimento considerável em razão da popularização dessa atividade durante a segunda metade da década. Em 1985 surgiu a revista Overall, pela Brasil Repórter Editora. Em 1988, foi publicada, pela Editora Azul, a Skatin. Essas duas revistas foram as mais influentes do

período. Em 1986, surgiu a revista Yeah!. Além dessas publicações, segundo os autores, nos anos 1980 foram publicadas revistas de menor circulação. Entre 1988 e 1990, circulou a revista SKT NEWS e a Revista Vital Skate.²⁵

Conforme Viegas e Brandão, no início dos anos 1990, o mercado editorial especializado em skate no Brasil declinou devido aos impactos do Plano Collor. Após meses sem nenhuma publicação no país, surge, em 1991 a revista, Tribo Skate. Em 1994, surge a revista, One Street Magazine, que teve apenas duas edições. Em 1995, o skatista, Alexandre Viana, publica a primeira edição da revista, 100% Skate Magazine. Segundo os autores, na segunda metade de 1990, houve uma melhora do mercado do skate no Brasil, o que refletiu na qualidade das revistas. As publicações aumentaram o número de páginas e a qualidade do papel. No nordeste, surgiu a Method Skate Magazine, editada por Robson Pinheiro, em 1997.²⁶

Além do surgimento de inúmeras revistas de skate, tanto nos Estados Unidos, Europa, quanto no Brasil, houve, entre as décadas de 1980 e 1990, a consolidação de indústrias audiovisuais especializadas na atividade. Os vídeos são extremamente importantes no universo do skate. Todas as marcas possuem equipes de skatistas profissionais e produzem vídeos, que são comercializados e divulgados em sites, revistas e redes sociais. Existem inúmeras empresas especializadas na elaboração desses vídeos. Em 1984, foi lançado o primeiro vídeo de skate do mundo – The Bones Brigade Vídeo Show – produzido por Stacy Peralta e George Powell, donos da marca, Powell-Peralta.

Em 1993, surgiu a 411 Video Magazine, companhia norte-americana que produziu vídeos de skate até a primeira década dos anos 2000. Além da 411VM, periódico de alcance mundial mais popular entre os skatistas, pode-se destacar como indústrias audiovisuais especializadas em skate: a dinamarquesa, CodeRed Video Magazine, a alemã, Hello 21, a uruguaia, Laliya Vídeomag, a estadunidense, Logic Skateboard Media, a israelense, Luvideo Mag, a alemã, Monster Movie Mag, a norte-americana, ON Video Magazine, a francesa, Puzzle Video e a holandesa, Tax Free. Assim como as revistas, as produtoras de vídeos contribuíram para a disseminação da cultura do skate a nível mundial.

²⁵Disponível em: www.cemporcentoskate.uol.com.br, acessado em 04/12/2015.

²⁶Disponível em: www.cemporcentoskate.uol.com.br, acessado em 04/12/2015.

Conforme dados da Confederação Brasileira de Skate (CBSK), nas décadas de 1980 e 1990 o skate tornou-se pano de fundo para diversos filmes do cinema norte-americano, como *De Volta Para o Futuro* (1985), *Thrashin* (1986), *Gleamning the cube* (1989) e *Kids* (1995), o que contribuiu ainda mais para sua popularização em diferentes países do mundo. Em 1995, o canal de esportes, ESPN, criou o X-Games, o maior campeonato de esportes radicais do mundo. Esse evento contribuiu para colocar o skate no *mainstream* do esporte no final da década de 1990. Atualmente, existem outros megaeventos que proporcionam a divulgação da cultura do skate em nível mundial, são eles: o Maloof Money Cup e o Street League, campeonatos realizados por empresários norte-americanos que oferecem premiações milionárias para skatistas.

Em 1999, ocorreu o lançamento do jogo de videogame, *Tony Hawk's Pro Skater* que, assim como os filmes do cinema norte-americano, as indústrias editoriais, audiovisuais e os megacampeonatos, desempenhou importante papel no processo de difusão e incorporação da prática do skate em diferentes sociedades do mundo.

As revistas, os filmes norte-americanos, as produtoras de vídeos, os megacampeonatos, os jogos de videogame, os programas e os canais de TV, produziram e difundiram a cultura do skate a nível mundial. Com efeito, a prática do skate tornou-se conhecida em diferentes regiões do mundo mediante sua transformação em objeto das indústrias culturais, o que acarretou sua popularização enquanto um tipo de entretenimento esportivo associado à cultura de massa.

A teoria da Indústria Cultural, desenvolvida por Adorno e Horkheimer (1985), interpreta a cultura de massa de forma negativa. Para os autores, no capitalismo tardio, as artes, bem como diferentes tipos de entretenimento, tornaram-se negócios e, por isso, são manufaturados a partir da mesma lógica de produção utilizada em outros ramos industriais do capitalismo monopolista. Do ponto de vista dessa abordagem, a cultura tornou-se uma mercadoria, sendo produzida em massa no intuito de garantir lucros para os grandes monopólios do entretenimento, composto pelo cinema, pelo rádio e por revistas.

Adorno e Horkheimer entendem que não existem diferenças entre os bens culturais produzidos para o consumo de massa. Para os autores, as artes e os entretenimentos produzidos por revistas, pelo cinema e pelo rádio são idênticos porque seguem os mesmos princípios de produção. De acordo com os autores, no capitalismo

tardio, a cultura está subordinada a economia. Por isso, o valor de uso das artes e de outros bens culturais foi substituído pelo valor de troca. Assim, as artes e os entretenimentos transformaram-se no que os autores chamam de mercadorias culturais.

Adorno e Horkheimer entendem que os bens culturais produzidos em massa pelo cinema, pelo rádio e por revistas são extremamente nocivos para os indivíduos. Os autores acreditavam que a cultura de massa iria solapar e destruir antigos vínculos sociais, tais como a família e a religião, o que instalaria um caos social. Do ponto de vista dessa perspectiva, as mercadorias culturais produzidas para o consumo de massa cumprem o papel negativo de mistificar a realidade dos indivíduos. O consumidor da cultura de massa é visto como um indivíduo alienado e domesticado pelos grandes conglomerados industriais do entretenimento.

Como argumenta Duarte (2007), a indústria cultural é um sistema de cooptação ideológica que não concede aos indivíduos a possibilidade de expressões autônomas que retroajam sobre a totalidade social. Ou seja, o consumidor da cultura de massa é visto, nessa abordagem, como uma pessoa manipulada pelas estruturas produtivas, sem possibilidades de escolha. Apesar do pessimismo de Adorno e Horkheimer, autores como Featherstone (1997) criticam essa perspectiva, e enfatizam a necessidade de investigações que problematizem os efeitos reais da recepção de entretenimentos produzidos para o consumo de massa.

Apesar de o skate ter se desenvolvido e se popularizado mundialmente mediante sua transformação em objeto das indústrias culturais, é errôneo afirmar que os que consomem os produtos e as mensagens deste universo cultural sejam pessoas alienadas e manipuladas pelas estruturas produtivas do capitalismo. Os efeitos do uso de mensagens, símbolos e mercadorias, produzidos pelas indústrias editoriais e audiovisuais especializadas em skate, transcendem o caráter de mera manipulação e alienação dos indivíduos que os consomem. As indústrias editoriais e audiovisuais do skate não manipulam nem alienam os adeptos dessa atividade. Pelo contrário, elas fornecem senso de pertencimento cultural para pessoas de diferentes nacionalidades, classes sociais e gênero, fazendo com que indivíduos com trajetórias sociais distintas se reconheçam como iguais por consumirem e manusearem códigos, imagens e produtos comuns.

De acordo com Arjun Appadurai (2004), os meios de comunicação de massa modificaram radicalmente o campo da mediatização social porque oferecem novos recursos à construção de eus imaginados e de mundos imaginados.

A comunicação de massa dá uma tessitura nova ao contexto em que o moderno e o global aparecem frequentemente como faces opostas da mesma moeda. Sempre portadora da distância entre observador e acontecimento, provoca, não obstante, a transformação do discurso cotidiano. (...) Graças a mera multiplicidade de formas que assume (cinema, televisão, computadores e telefones) e à maneira rápida como se move no seio das rotinas da vida cotidiana, a comunicação eletrônica é uma ferramenta para que cada indivíduo se imagine como um projeto social em curso. (APPADURAI, 2004, p. 14).

A utilização de mercadorias produzidas e difundidas pelas indústrias editoriais e audiovisuais especializadas em skate não mistifica a realidade de quem as consome, mas fornece identidade social aos adeptos dessa prática esportiva. As indústrias editoriais e audiovisuais contribuíram significativamente para a difusão da prática do skate a nível mundial. Atualmente, essas indústrias alcançam um público cada vez maior de consumidores, sobretudo em países ocidentais. Apesar disso, o acesso aos produtos e mensagens produzidos pelas indústrias editoriais e audiovisuais do skate é bastante desigual. A aquisição e utilização de símbolos, mensagens e produtos do mundo do skate dependem das condições socioeconômicas e culturais dos skatistas. Embora, atualmente, o universo cultural do skate seja conhecido mundialmente, as diferenças, sobretudo de classe e nacionalidade, acabam fazendo com que os processos de aquisição e utilização destes bens e serviços sejam desiguais entre os skatistas.

Se, por um lado, os meios de comunicação e as indústrias culturais ocasionaram a produção e a disseminação da cultura do skate em escala mundial, pode-se dizer, além disso, que a intensificação das migrações também contribuiu para a difusão mundial do skate durante a segunda metade do século XX.

1.1.2 Os fluxos migratórios e a introdução do skate no Brasil.

O mundo do final do século XX caracteriza-se pelo constante e acelerado movimento de pessoas, objetos, informações, tecnologias e imagens midiáticas entre sociedades que se encontram separadas por distâncias geográficas e temporais. A intensificação da mobilidade ininterrupta dessas coisas no espaço e no tempo só foi possível em razão do desenvolvimento tecnológico e comunicacional. As inovações nos

meios de transporte e o advento das novas tecnologias de informação e comunicação (satélites, computadores, internet, fax, TV, revistas, jornais, etc.), além de terem aproximado sociedades distintas, também intensificaram o deslocamento de imagens, trabalhadores, mercadorias, dinheiro e ideologias pelo mundo, durante o final do século passado.

Consequentemente, costumes, símbolos, valores, práticas e comportamentos entraram em movimento. À medida que pessoas e objetos de uma sociedade específica são transportados para outros lugares ou regiões, culturas também se deslocam. Arjun Appadurai (1998) explica que o mundo do final do século XX caracteriza-se pelo constante e acelerado fluxo de pessoas, imagens midiáticas, tecnologias, dinheiro e ideologias entre sociedades e nações. Na tentativa de compreender esta conjuntura social, o autor formulou cinco conceitos que procuram contemplar o movimento destas coisas no tempo e no espaço, são eles: *ethnoscapes*, *mediascapes*, *technoscapes*, *finanscapes* e *ideoscapes*.

A noção de *ethnoscapes* alude à circulação e ao movimento de pessoas pelo mundo: refugiados, exilados, turistas, imigrantes, trabalhadores, etc. Para Appadurai, o movimento humano que caracteriza o mundo atual se entrelaça com formas estáveis de relações sociais, como as comunidades locais, redes de trabalho, lazer e de residência e, por isso, afeta as políticas entre as nações. O conceito de *technoscapes* procura dar conta da configuração global e fluida do movimento de tecnologia pelo mundo, que circula em alta velocidade e acentua as interações entre sociedades distintas. De acordo com o autor, a distribuição de tecnologias é dirigida por relações complexas entre o fluxo de dinheiro, as possibilidades políticas e a disponibilidade, tanto do trabalho de alta, quanto de baixa qualidade. Por sua vez, a noção de *finanscapes* compreende o fluxo de capital global, caracterizado pelo movimento de dinheiro nas bolsas de valores e mercados financeiros. Conforme Appadurai, o relacionamento global entre os *ethnoscapes*, *technoscapes* e *finanscapes* é profundamente disjuntivo e imprevisível, pois cada um desses *scapes* está sujeito às suas próprias restrições e aos seus próprios incentivos, ao mesmo tempo em que cada um desses atua como restrição e como parâmetro para os movimentos do outro.

Além da movimentação de pessoas, tecnologias e dinheiro, Appadurai argumenta que o mundo do final do século XX caracteriza-se pela circulação de

ideologias e imagens midiáticas entre sociedades e países. O termo *ideoscapes* contempla o movimento em escala mundial de ideologias dos Estados e as contra-ideologias de movimentos orientados para a tomada do poder do Estado. Segundo o autor, os *ideoscapes* se compõem de elementos da multividência do Iluminismo, que consiste de uma concatenação de ideias e imagens, como a “liberdade”, o “bem-estar”, os “direitos”, a “soberania”, a “representação” e, principalmente, a “democracia”.

Por conseguinte, segundo Appadurai, os *mediascapes* dizem respeito, tanto à distribuição de capacidades eletrônicas de produzir e disseminar informações (jornais, revistas, estações de televisão, estúdios para a produção de filmes, etc.), que atualmente estão à disposição de um número maior de grupos privados e públicos em todo o mundo, como também às imagens do mundo produzidas por esta mídia. De acordo com o autor, essas imagens envolvem muitas modulações complexas, dependendo do seu uso (documentário ou lazer), dos seus instrumentos (eletrônicos ou pré-eletrônicos), da sua audiência (local, nacional ou transnacional) e dos interesses dos que as detêm ou as controlam. Os *mediascapes* proporcionam vastos e complexos repertórios de imagens e de narrativas para espectadores do mundo inteiro.

Foi, sobretudo através do deslocamento de pessoas, objetos e imagens midiáticas entre as fronteiras nacionais, que a cultura do skate passou a ser conhecida e experimentada em diferentes sociedades e regiões do mundo. O deslocamento da prática do skate de seu território original (os Estados Unidos), e sua introdução em outras sociedades do mundo, ocorreu mediante a intensificação das migrações durante a segunda metade do século XX.

Em meados dos anos 1960, a circulação de imagens midiáticas e de trabalhadores, dos Estados Unidos para o Brasil, foi responsável pela introdução da prática do skate em território brasileiro. Influenciados por imagens de skatistas em anúncios de revistas californianas especializadas em surfe, alguns jovens cariocas da década de 1960 passaram a praticar o skate.

A prática do skate no Brasil pode ter iniciado em meados da década de 1960, com uma galera que estava começando a surfar por aqui, influenciada pelos anúncios na revista *Surfer*²⁷. Na época seu nome era “surfinho”, e era feito de patins, pregado numa madeira qualquer e

²⁷Revista de surfe fundada em 1960, em San Clemente, Califórnia-EUA.

com as rodas de borracha ou de ferro. (Revista Tribo Skate, 1999, nº 50, p. 37 *apud* HONORATO, 2004, p. 01)

A partir desta passagem do artigo intitulado, *Uma História do Skate no Brasil: do lazer à esportivização*, do pesquisador, Tony Honorato (2004), pode-se perceber que os primeiros adeptos do skate no Brasil conheceram essa atividade mediante anúncios em revistas de surfe que estavam circulando durante a metade dos anos 1960, sobretudo em grandes cidades do país, como São Paulo e Rio de Janeiro. Nesse período, o skate estava ganhando destaque nos meios de comunicação de massa, que passaram a produzir e disseminar símbolos e produtos dessa atividade em escala mundial. Como a prática do skate estava estritamente ligada ao surfe naquele período, as imagens e mensagens desse universo cultural eram disponibilizadas, principalmente, em revistas de surfe, atividade há muito consolidada naquela época. As indústrias editoriais especializadas em skate eram incipientes naquele período. A única revista que existia era a *The Quarterly Skateboarder*. No entanto, as poucas imagens de skatistas que se produziam pareciam circular rapidamente em outras regiões do mundo.

Após a visualização de imagens de skatistas em revistas de surfe, alguns jovens cariocas passaram a fabricar de forma improvisada os primeiros skates no Brasil. Em 1960, não existiam indústrias ou empresas nacionais especializadas na manufatura desses objetos. A única forma de adquirir um skate naquele período era se deslocando para outros países ou através de pessoas que viajavam. Os primeiros skatistas brasileiros adquiriam seus equipamentos por intermédio de turistas ou indivíduos que mantinham relações de trabalho fora de seus países de origem, como no caso de César Chaves, um dos primeiros adeptos do skate no Brasil.

(...) Cesinha Chaves (...) lembra das suas duas paixões de 1968, a prancha de surfe – uma São Conrado de 9'8'', e a de skate – uma *Nash Sidewalk Surfboards* de 24'', com rodas de massa (*Clay Wheels*) e madeira laminada, era um skate adquirido com um dos meninos – filho de Embaixador do Consulado Americano – que ficava andando com um “carrinho” pra lá e pra cá numa quadra na Fortaleza São João, na Urca/RJ. (HONORATO, 2004, p. 1-2).

Estes casos sustentam o argumento segundo o qual, o deslocamento da cultura do skate em relação a seu território original, e sua incorporação no Brasil, ocorreu mediante a intensificação dos fluxos migratórios de pessoas, mercadorias e imagens midiáticas pelo mundo. Tanto as imagens de skatistas disponibilizadas pela revista *Surfer*, quanto o primeiro skate de César Chaves, adquirido com o filho do Embaixador

do Consulado Americano no Rio de Janeiro, evidenciam que a difusão mundial do skate durante a segunda metade do século XX ocorreu mediante “fluxos” migratórios. Por isso, pode-se dizer que a migração, entendida como um aspecto da globalização, contribuiu o desenvolvimento do skateboard em escala mundial.

De acordo com Ulf Hannerz (1997), “fluxo” tornou-se um conceito transdisciplinar que alude para coisas que não permanecem no seu lugar, à mobilidades e expansões variadas, à globalização em muitas dimensões. Economistas, geógrafos, pesquisadores da mídia, entre outros profissionais lidam com “fluxo”. O autor argumenta que essa noção pode ser usada, tanto para se referir ao deslocamento de uma coisa no espaço, de um lugar para o outro, uma redistribuição territorial, quanto para pensar a cultura em termos processuais.

Foi neste sentido que Appadurai chamou a atenção para o estudo dos fluxos culturais globais. De acordo com Hannerz, a abordagem de Appadurai transcende o padrão tradicional de análise cultural legitimado na Antropologia, que priorizava o estudo da cultura em pequenas localidades. Assim, a utilização da noção de fluxo por Appadurai, conforme Hannerz, aponta para uma macroantropologia, ou seja, um tipo de análise que pretende pensar a cultura a nível mundial.

As diferentes culturas do mundo contemporâneo não podem ser interpretadas como unidades discretas e estáveis, como concebia outrora a antropologia clássica. As culturas são processuais, movimentam-se e interagem através do deslocamento de pessoas, imagens da mídia, tecnologias, dentre outras formas. Apesar de os antropólogos modernos reconhecerem que culturas e sociedades possuem um caráter dinâmico, eles não levam em consideração estes aspectos em suas etnografias.

A antropologia clássica foi responsável por formular uma concepção de cultura e de sociedade enquanto entidades fixas, imunes aos dilemas da história. Essas duas noções foram forjadas a partir do pressuposto básico da unidade/integração. A abordagem estrutural-funcionalista, termo pelo qual ficaram conhecidos os trabalhos de Radcliffe-Brown (1940) e seus discípulos, dentre estes, Evans-Pritchard (1940), pressupunha que as sociedades eram unidades discretas e fixas, imunes aos fatores históricos e aos acontecimentos sociais vindos de longe.

Os teóricos da abordagem estrutural-funcionalista, embora reconheçam que as sociedades estão em constante processo de mudança, não levam em consideração os aspectos da dinâmica social, pois descrevem sincronicamente a vida dos chamados, “povos primitivos”. Nesse sentido, a escola estrutural-funcionalista pensa questões de estática social, isto é, objetiva-se em descobrir as condições de continuidade das formas de vida social, mais do que os processos de transformação das mesmas. A preocupação em explicar a continuidade de fatos sociais entre os “povos primitivos” levou à formulação de dois conceitos que dão nome a essa tradição da antropologia social britânica, a saber, as noções de estrutura e função.

Para Radcliffe-Brown (1940), a antropologia social deveria se ater ao estudo da estrutura social, entendida como uma rede ou um conjunto de relações sociais existentes em uma comunidade. Para o autor, essa estrutura de relações seria composta por diferentes formas de associação entre pessoas. Tais modalidades associativas são chamadas de instituições sociais, entendidas como qualquer forma de associação entre pessoas com posições sociais diferentes, que garanta a continuidade da rede de relações em uma sociedade. Nesse sentido, formas de punição de crimes, práticas religiosas, parentesco, entre outros, são considerados instituições sociais.

Para entender o processo de manutenção das formas de sociedade, Radcliffe-Brown (1935) utiliza a ideia de função. Assim como no estudo da fisiologia, na antropologia social, a função é o papel que uma atividade (parte de uma totalidade) desempenha para a continuidade da vida do organismo. Assim, a sociedade era entendida como um todo integrado por uma série de relações entre diferentes partes, análoga a um organismo vivo. Na perspectiva estrutural-funcionalista, há um desinteresse pelas ações ou comportamentos individuais que, na prática, eram verificados. O comportamento individual real é negligenciado em detrimento da busca de generalizações. O indivíduo, assim como na sociologia durkheimiana, era produto do meio social e determinado por ele, não possuindo relevância para a antropologia²⁸.

²⁸O desinteresse dos antropólogos estruturais-funcionalistas em relação ao estudo das ações individuais e dos fatores de dinâmica social pode ser evidenciado na seguinte passagem de *Os Nuer*. “Nós devemos frisar que a contradição que mencionamos está no plano abstrato das relações estruturais (...). Não se deve supor que o comportamento seja contraditório. (...) Às vezes podem surgir valores conflitantes na consciência do indivíduo, mas nós devemos nos referir à tensão estrutural”. (EVANS-PRITCHARD, 1940, p. 265-266).

Ao enfatizar o estudo da estática social, e ao negligenciar as ações individuais e os fatores de dinâmica social, o estrutural-funcionalismo contribuiu para uma noção de sociedade e de cultura enquanto entidades estáticas e integradas. As sociedades e as culturas existiam como se estas não fossem dinâmicas, e como se os indivíduos que nelas se inserem não tivessem escolhas, bem como desejos, apenas funções e posições bem definidas em uma dada estrutura social.

Conforme explica Eric Wolf (2003), o funcionalismo supunha a coerência interna por meio de ligações com um todo orgânico ou uma arquitetura social comum e uma fronteira clara desse todo orgânico do edifício social com o exterior. Os princípios que nortearam as noções clássicas de cultura e sociedade (unidade/integração) não condizem mais com as condições em que as culturas contemporâneas se configuram. Atualmente, houve uma reformulação das noções de cultura e sociedade na antropologia. Passou-se a levar em consideração que as culturas não poderiam mais ser entendidas como integradas e isoladas de um contexto maior que as compreendia.

Wolf (2003) elaborou uma tentativa de redefinição da concepção clássica de cultura na antropologia norte-americana. Seu trabalho leva em consideração processos de grande escala como responsáveis pela constituição das culturas. Para o autor, as formações culturais devem ser entendidas tendo em vista os processos socioculturais de um contexto político e econômico mais amplo, que, por sua vez, formaria, modificaria e reformularia culturas concebidas como unidades integradas e fixas. A crítica de Wolf à noção clássica de cultura é direcionada, sobretudo, à premissa da “integração cultural”. A ideia de que as culturas são unidades estáticas e coerentes, com traços peculiares, finitas em si mesmas, é vista como problemática pelo autor.

Havia um certo grau de reconhecimento de que as comunidades na sociedade moderna haviam se tornado ao longo da história partes de totalidades ou todos maiores, mas pensava-se que as sociedades e culturas (...) haviam se formado “antes da história”, que existiam e perduravam fora do fluxo das mudanças históricas. Assim é que podiam ser compreendidas como diferentes, separáveis, limitadas, isoladas – um povo, uma sociedade, uma cultura. (WOLF, 2003, p. 294).

Eric Wolf enfatiza a importância de pensar as culturas em relação a uma conjuntura histórico-social maior: o mundo contemporâneo. Não se pode falar mais de culturas e sociedades sem levar em consideração as condições atuais do capitalismo

mundial. É preciso atentar para o capitalismo e seus efeitos nas formações e mudanças das tradições culturais. Diante disso, “(...) em lugar de unidades separadas e estáticas, claramente limitadas, devemos, portanto, tratar de campos de relações dentro das quais conjuntos culturais são reunidos e desmembrados” (WOLF, 2003, p. 299).

É neste sentido que Arjun Appadurai (1998) aponta para o aspecto processual das culturas no mundo contemporâneo. As culturas não são unidades fixas e integradas, elas estão em constante movimento, se deslocam no espaço e no tempo, através dos fluxos migratórios de pessoas, imagens midiáticas, dinheiro, tecnologia e mercadorias. A cultura do skate se deslocou dos Estados Unidos e foi incorporada em outras partes do mundo mediante o movimento de trabalhadores, objetos e imagens midiáticas entre os territórios e as fronteiras nacionais. Essa constatação é importante, pois desconstrói a noção antropológica clássica de cultura enquanto unidade discreta e estável. As culturas jamais foram fixas e finitas em si mesmas. Essa afirmação pode ser verificada nos processos de difusão mundial da prática do skate, como se procurou evidenciar.

1.3 A transnacionalização do mercado do skate

O desenvolvimento do skateboard está estritamente relacionado à intensificação de processos de urbanização e industrialização em cidades norte-americanas. Entre 1950 e 1960, os skates eram produzidos de forma improvisada. Na maioria dos casos, estes objetos eram feitos com eixos retirados de patins, e fixados em tábuas de madeiras, com rodas de borracha ou ferro. Ao contrário da patinação, atividade que se popularizou nos EUA durante 1930 e 1940, até o fim dos anos 1950, não haviam empresas especializadas na manufatura e na comercialização de skates. Neste período, a produção industrial e o mercado do skate eram totalmente incipientes.

No entanto, essa situação começa a se transformar em 1959, quando a marca Roller Derby²⁹ passou a fabricar skates em larga escala, após um notável aumento do número de adeptos dessa atividade em território norte-americano. Nos anos 1960, há o surgimento das primeiras indústrias, marcas e lojas de skate nos EUA. Em razão das associações entre o skate e o surfe naquele período, as primeiras empresas que passaram a fabricar esses objetos eram especializadas na manufatura de equipamentos para surfe.

²⁹A Roller Derby Skate Corp é uma companhia norte-americana especializada na fabricação e distribuição de artigos esportivos para patinação, que foi fundada em 1936, por Oscar Seltzer.

Além da Roller Derby, a Makaha, do empresário Larry Stevenson, se destacou como uma das primeiras marcas norte-americanas a fabricar skates na década de 1960.

Nos anos 1970., há um expressivo aumento no número de empresas e marcas de skate nos EUA em relação à década anterior. Como explica Leonardo Brandão (2006), o surgimento dessas empresas só foi possível em razão de transformações econômicas ocorridas naquele período. De acordo com o autor, naquela época, aconteceu a passagem do fordismo (práticas de controle do trabalho que visavam uma produção em massa) para um modelo de produção econômica que ficou conhecido como, “acumulação flexível” (HARVEY, 1993). Conforme Brandão, os anos 1970 caracterizam-se pelo surgimento de novos setores de produção, novas maneiras de fornecimento de serviços financeiros e, sobretudo, pela intensificação da inovação comercial, tecnológica e organizacional. Para o autor, as transformações ocorridas na estrutura do mercado e na organização industrial, na década de 1970, possibilitaram o surgimento de novas empresas, novos negócios e novos empreendedores.

Desde 1970, vem se consolidando um amplo cenário de produção e comercialização de mercadorias para a prática do skate a nível mundial, composto por centenas de empresas, indústrias e marcas. A transformação do skate em prática esportiva ocorreu mediante o investimento de empresas e corporações privadas. Em razão disso, atualmente, essa prática social é mediada pela produção industrial e pelo mercado capitalista³⁰. Com efeito, o mundo do skate é constituído por diversas empresas, distribuidoras e marcas de alcance mundial, que fabricam e comercializam produtos em diversos países. A grande maioria destas empresas é de origem norte-americana e europeia.

As marcas de produtos e as distribuidoras possuem extrema importância no mundo do skate. De acordo com Teixeira e Castilho (2010), a relação entre a prática do skate e a contracultura é muitas vezes explorada pelas marcas. A estética de alguns movimentos juvenis, como o punk e o hip-hop, é apropriada pelas grandes marcas de skate, que não comercializam produtos simplesmente, mas também estilos de vida. Segundo os autores, a marca é um conjunto de impressões e expressões que identificam e representam uma empresa e endossa seus produtos e serviços. Além de nomear ou

³⁰Dados da Confederação Brasileira de Skate (CBSK) estimam que, atualmente, o mercado mundial do skate gira em torno de US\$ 3 bilhões ao ano, dentre os quais, US\$ 300 milhões são movimentados somente no Brasil. Disponível em www.cbsk.com.br, acessado em 11/01/2016.

identificar uma empresa, produto ou serviço, a marca expressa um conjunto de significações que compõe um acervo cultural ou a cultura da marca. Para os autores, os elementos perceptíveis que representam a marca propõem sentidos denotativos e conotativos que contribuem para a composição dos valores expressos pela marca e que são atribuídos às empresas e aos produtos.

Teixeira e Castilho afirmam que a cultura da marca é composta por elementos subjetivos e objetivos. Para os autores, os elementos subjetivos, afetivos e simbólicos, se sobrepõem aos objetivos, especialmente nas marcas componentes da indústria cultural. Os consumidores prestigiam as marcas que oferecem mais do que produtos e serviços padrão. Conforme os autores, esses indivíduos também buscam o consumo estético-simbólico, movido por uma forte relação de afetividade.

Algumas marcas *skatewear*, com produtos praticamente idênticos, buscam posicionamento distinto, recorrendo ao ineditismo em sua propaganda para atrair a atenção do público. (...) Ao buscar essa distinção, essas marcas visam ser identificadas, reconhecidas (...). Essa influência ocorre por meio de elementos intangíveis, afetivos e simbólicos, que não decorrem de necessidades objetivas e também não se manifestam em atributos meramente funcionais dos produtos. (TEIXEIRA e CASTILHO, 2010. p. 03).

Conforme os autores, as marcas de skate carregam características e elementos culturais internacionalmente reconhecidos, compondo um estilo comum a todas as marcas do gênero. A partir dos aspectos comuns característicos, é possível identificar conceitos que estão agregados às marcas *skatewear* e aos produtos para distinguir uma das outras. Através da produção de imagens, símbolos, códigos e mensagens, cada marca do mundo do skate procura comercializar uma ideia “própria”, passando, assim, a se diferenciar em relação às outras marcas do mesmo segmento.

Em razão das associações entre o skate e os movimentos juvenis de música e moda urbana, o estilo das marcas de skate é marcadamente influenciado ou pela cultura rock, ou pelo hip-hop, ou pelo punk, e assim por diante. De acordo com Brandão (2006), percebe-se entre os skatistas uma devoção ao estilo, que muitas vezes pode ser identificado no tipo de vestimenta utilizada por estes sujeitos. Segundo o autor, é possível verificar certa atenção dada pelos skatistas às roupas, o que demonstra uma preocupação desses sujeitos com o olhar do outro, como também pontua o corpo como um lugar de identidade pessoal. Nesse sentido, a vestimenta entre os skatistas pode ser entendida como um elemento de diferenciação social e de formação de grupos.

A ligação entre a prática do skate e a contracultura produziu um estilo próprio de vestuário para os skatistas, chamado *streetwear*. Esse tipo de moda urbana abrange elementos da cultura hip-hop e do rock. No entanto, o *streetwear* não se limita a estes elementos, pois, atualmente, a cultura skate recebeu influências de novas expressões da juventude, como a moda surfe, entre outras.

Em grande medida, as marcas de skate são especializadas na fabricação de apenas um tipo de peça ou equipamento. Assim, existem marcas de shapes, trucks, tênis, rodas, rolamentos, etc. No entanto, nos últimos anos, a maioria dessas marcas se transformou em grandes corporações. Em razão da importância da vestimenta entre os skatistas, boa parte das marcas especializadas na manufatura de peças de skate também fabricam vestuário e outros acessórios, como bonés, óculos, meias, gorros, etc.

Assim como as marcas, que fornecem não somente produtos e serviços, mas também formas específicas de autoidentificação e diferenciação social entre os skatistas, as distribuidoras desempenham papel central no mundo do skate, pois estas empresas possuem os direitos de licença para comercialização de diferentes marcas de produtos em escala mundial.

Uma das primeiras marcas de skate do mundo é a norte-americana, Vans Skateboards, empresa especializada na fabricação de calçados e vestuário para BMX, snowboard, skate, surfe e motocross. A Vans foi fundada na cidade de Anaheim-CA, em 1966, pelos irmãos Paul e James Van Doren. Apenas em 1975 foi que a empresa se especializou na fabricação de tênis de skate. Em meados dos anos 1980, a companhia decretou falência. No final daquela década, os irmãos Van Doren venderam a marca para o banco McCown De Leeuw e Co. Na década de 1990, a fábrica da Vans, localizada em Orange-CA, foi fechada, e a empresa passou a fabricar seus produtos no exterior a partir de 1994.

Em 1973, foi fundada, na cidade de Santa Cruz-CA, a NHS Skateboarder Manufacturer e Distribution. Essa empresa possui os direitos de licença para a produção e distribuição de mercadorias das marcas: Creature Skateboards, Flip Skateboards, Santa Cruz Skateboards, Independent Truck Company, Mob Grip, Bullet, Ricta, Road Rider, Bronson Speed Co., OJ Wheels e Gold Cup. As marcas NHS são especializadas na fabricação de shapes, trucks, rodas, lixas, além de vestuário e outros acessórios. Assim como as demais marcas e distribuidoras do mundo do skate, as marcas NHS

possuem estilos próprios, influenciados pelo rock e hip-hop. A NHS Manufacturer e Distribution conta com um site e páginas em redes sociais, tais como, Facebook, Instagram e Twitter, por meio dos quais são comercializados produtos e disponibilizados vídeos e notícias em escala mundial.

Em 1986, na cidade de São Francisco-CA, os empresários Fausto Vitello e Brian Ware fundaram a Deluxe Distribution, empresa que possui os direitos de licença das marcas: Spitfire Wheels, Real Skateboards, Thunder Trucks, Anti-Hero Skateboards, Krooked Skateboards e Venture Trucks. Essas marcas são especializadas na fabricação de shapes, rodas, rolamentos, trucks, além de vestuário e outros acessórios. Assim como as marcas NHS, cada empresa da Deluxe Distribution possui uma estética própria influenciada pelo rock e hip-hop, assim como sites e páginas em redes sociais, onde são comercializados produtos, divulgados vídeos e notícias a nível mundial.

Em 1987, os skatistas, Steve Rocco e Rodney Mullen, fundaram, na cidade de Santa Monica-CA, a marca, World Industries, especializada na produção e comercialização de peças, tênis, vestuário e acessórios de skate. Durante os anos 1990, essa empresa tornou-se a distribuidora das marcas, Blind Skateboards, Plan-B e A-Team. Em 1998, Steve Rocco e Rodney Mullen venderam a World Industries para o grupo, Swander Pace Capital. Anos após, a marca foi vendida novamente para a companhia de capital privado, Kubic Marketing, tornando-se parte do que se transformou na empresa, Dwindle Distribution, que deteve os direitos de licença das marcas: Blind Skateboards, Tensor Trucks, Enjoi, Cliché, Almost, Darkstar, Andale Bearings, Dusters California, Kryptonics Wheels, Zero Skateboards e Fallen Footwear. Essas empresas são especializadas na fabricação e distribuição de shapes, rodas, rolamentos, tênis, trucks, além de vestuário e outros acessórios. O estilo das marcas, World Industries e Dwindle Distribution também foi marcadamente pautado pelas influências do rock e do hip-hop. A World Industries e a Dwindle Distribution, assim como as marcas que as compõem, possuem sites e páginas no Facebook, Instagram e Twitter, por meio dos quais comercializam produtos e divulgam seus trabalhos em escala mundial.

Em 1993, após sua saída da empresa World Industries, o skatista, Rick Howard, em parceria com Mike Carroll, fundaram, na cidade de Torrance-CA, a marca, Girl Skateboards, primeira empresa do grupo, Crailtap, distribuidora norte-americana que

detém os direitos de licença das marcas: Girl Skateboards, Chocolate Skateboards, Royal Skateboard Trucks, Ruby Republic, Fourstar Clothing e Lakai Limited Footwear. As marcas Crailtap são especializadas na fabricação de shapes, trucks, tênis, vestuário e outros acessórios. Assim como as empresas de outras distribuidoras, essas marcas possuem um estilo próprio baseado no hip-hop e no rock. Além da Crailtap, cada marca que a compõe possui um site e páginas no Facebook, Instagram e Twitter, onde são comercializados os produtos e disponibilizados vídeos e notícias para skatistas de todo o mundo.

Em 1985, os irmãos Peter, Stephen e Matt Hill, fundaram, na cidade de Melbourne, Austrália, a Globe International Limited, uma companhia especializada na produção e distribuição de calçados, vestuário e peças de skate. Em 2002, a Globe International comprou as ações da Kubic Marketing, que detinha os direitos das marcas World Industries e Dwindle Distribution. Atualmente, a Globe International possui os direitos de licença para produção e distribuição de mercadorias das marcas: Globe, Gallaz, FXD, Impala, Enjoi, Blind, Almost, Cliché, Darkstar, Tensor, Speed Demons, Dusters of California, Wreck, Zero Skateboards e Fallen Footwear, o que faz dessa empresa uma das maiores companhias do mundo do skate. Os produtos dessa corporação são comercializados em mais de cem países do mundo. A companhia possui escritórios internacionais localizados em Melbourne/Austrália, Los Angeles/Califórnia, Hossegor/França, Londres/Inglaterra e Shenzhen/China. Ao contrário de muitas companhias de skate atuais, que terceirizam seus serviços, a Globe International Limited possui sua própria indústria, a DSM (Douglas Street Manufacturing), localizada em Shenzhen, na China.

Em 1989, na cidade de San Diego-CA, os skatistas, Ed Templeton e Tod Swank, fundaram a Tum Yeto, empresa responsável pela fabricação e distribuição de produtos das marcas: Foundation Skateboards, Toy Machine, Pig Wheels, Ruckus, Habitat Skateboards e Allien Workshop. As empresas que compõe a Tum Yeto são especializadas na fabricação de shapes, rodas, trucks, vestuário e outros acessórios. Essas marcas possuem estilos influenciados, sobretudo pela cultura punk-rock. Em 2014, após o fechamento da DNA Distribution, as marcas, Habitat e Allien Workshop, passaram a integrar o grupo Tum Yeto. Cada empresa dessa companhia possui um site e páginas em redes sociais, onde são disponibilizados e comercializados produtos, notícias e vídeos em escala mundial.

Em 1991, os amigos, Richard Woolcott e Tucker Hall, fundaram, no estado da Califórnia-EUA, a marca, Volcom Stone, empresa especializada na fabricação de vestuário para skate, surfe e snowboard. Assim como todas as outras marcas do mundo do skate, a Volcom patrocina uma equipe de skatistas profissionais. Desde o começo dos anos 2000, as atividades da empresa se internacionalizaram. Atualmente, a Volcom possui lojas em vários países, como Japão, África do Sul, Inglaterra, Venezuela, Brasil, Alemanha, Portugal, Costa Rica, Canadá, Argentina e Portugal. A empresa possui um site e páginas em diferentes redes sociais por meio das quais comercializa produtos e divulga vídeos e notícias a nível mundial.

Em 2007, os skatistas norte-americanos, Jim Greco, Andrew Reynolds e Erik Ellington, fundaram, em Hollywood, na cidade de Los Angeles-CA, a Bakerboys Distribution, companhia que detém os direitos de produção e distribuição das marcas: Baker Skateboards, Shake Junt, Death Wish, Heroin Skateboards, Volume 4, House of Hammers, Death Lens e Ashbury Eyewear. Essas marcas são especializadas na fabricação de shapes, lixas, vestuário, lentes de câmeras e óculos de sol, além de outros acessórios. As marcas Bakerboys misturam influências da cultura punk-rock e hip-hop em seus estilos. Tanto a companhia Bakerboys, quanto as marcas que a constituem possuem sites e páginas em diferentes redes sociais, onde são disponibilizados vídeos e notícias, bem como comercializados os produtos a nível mundial.

No começo dos anos 2000, grandes empresas do ramo esportivo, como a Nike e a Adidas, entraram no mercado do skate. A Nike, corporação multinacional fundada na cidade de Beaverton, Oregon-EUA, e especializada na fabricação e distribuição de tênis, roupas e equipamentos para diferentes modalidades esportivas, no ano de 2002, criou uma linha específica de produção e distribuição de artigos para skate, denominada, Nike SB. Essa marca é especializada na fabricação de tênis e vestuário. A partir de 2004, a empresa passou a contratar diversos skatistas profissionais. Atualmente, a equipe Nike SB é formada por skatistas renomados, como Paul Rodriguez, Eric Koston, Lance Mountain, Stefan Janoski, Ishod Wair, Chet Childress, Daniel Shimizu, Sean Malto, Luan de Oliveira, Shane O'Neil, Grant Taylor, entre outros. Por possuir uma das maiores equipes de skatistas profissionais do mundo, nos últimos anos, a Nike SB ganhou notável prestígio entre os skatistas, sendo considerada uma das maiores corporações do mundo do skate na atualidade. Em 2012, a Nike SB inaugurou seu centro de treinamento particular, localizado em Los Angeles-CA. Assim como outras

empresas, a Nike SB possui um site e páginas em redes sociais, onde são divulgadas as notícias e comercializados os produtos.

A Adidas é uma empresa multinacional fundada no começo do século XX em Herzogenaurach, Alemanha. Essa marca é considerada a maior fabricante de *sportswear* da Europa e a segunda maior do mundo, atrás apenas da norte-americana, Nike. A Adidas é proprietária de outras empresas do ramo esportivo, tais como, a Reebok e a Puma. Assim como a Nike, as ações da Adidas concentram-se em diferentes mercados esportivos, tais como, Golfe, Cricket, Basquete, Vôlei, Futebol, Jiu-Jitsu, Ginástica, Rugby, Skate, entre outros. No começo dos anos 2000, a empresa criou uma linha específica de produção e distribuição de artigos para skate, chamada, Adidas Skateboarding. Essa marca produz tênis e vestuário. Assim como a Nike SB, a Adidas Skateboarding possui uma das maiores equipes de skatistas profissionais do mundo, composta por nomes como, Mark Gonzales, Denis Busenitz, Silas Baxter-Neal, Lucas Puig, Rodrigo Tx, Mark Suci, Nestor Judkins, entre outros, o que garante prestígio da empresa entre skatistas do mundo todo. A Adidas Skateboarding, assim como outras empresas do mundo do skate, possui um site e páginas em diversas redes sociais, onde são comercializados produtos e divulgados vídeos e notícias em escala mundial.

Embora existam outras marcas e distribuidoras, essas são, grosso modo, as principais empresas do mundo do skate na atualidade. Apesar de muitas serem de origem norte-americana e europeia, as atividades de produção e comercialização de mercadorias delas não se restringem a estes territórios, sendo possível verificar a atuação dessas companhias em diferentes países do mundo. Pode-se argumentar que, se nos anos 1970, a passagem do fordismo para uma economia de “acumulação flexível” (HARVEY, 1993), possibilitou o surgimento dessas corporações, como bem colocado por Brandão (2006), é possível dizer, além disso, que as transformações econômicas do final do século XX modificaram as formas de organização e atuação dessas empresas.

Nos anos 1970, as indústrias e o mercado do skate se restringiam aos limites do território norte-americano. Apesar de no período ser possível verificar um aumento considerável no número de empresas especializadas na fabricação e distribuição de peças e equipamentos para skate nos EUA, as atividades de produção e comercialização desses artigos não se realizavam fora desse país. Com a expansão dos mercados e das atividades econômicas dos estados-nacionais, em fins dos anos 1980, empresas e marcas

de skate passaram a comercializar seus produtos em outras regiões do mundo. Nesse período, o skateboard ganha novos mercados consumidores, sobretudo, em países da Europa, América Latina e Oceania.

Se, até o final dos anos oitenta, é possível perceber um processo de internacionalização de empresas e marcas de skate, sobretudo dos EUA para outras regiões do mundo, nos anos 1990, o mercado do skate passou por transformações no que diz respeito às formas de organização das empresas e das atividades de produção e distribuição de mercadorias que compõem este segmento. Com efeito, o mundo do skate, entendido enquanto o conjunto de empresas, marcas, produtos, etc., sofreu profundos impactos do projeto de globalização econômica neoliberal. Atualmente, a produção industrial e o mercado do skate seguem as lógicas de um capitalismo renovado, caracterizado pela transnacionalização econômica e pela interconexão econômica global.

Luc Boltanski e Ève Chiapello (2009), ao pensarem as mudanças ideológicas que acompanharam as transformações do capitalismo entre os anos 1980 e 1990, pontuaram as principais mudanças do modelo de gestão de empresas que estava em voga desde a primeira metade do século XX. Os autores mostraram que a reestruturação do capitalismo durante as décadas de 1980 e 1990, ocorrida em torno dos mercados financeiros, assim como desencadeada mediante uma reatividade mundial proporcionada pelas novas tecnologias de comunicação, suscitou o aparecimento de uma nova representação da empresa e do processo econômico.

De acordo com os autores, dois problemas centrais nortearam a literatura de gestão empresarial nos anos 1960, a saber, a grande insatisfação dos executivos e as dificuldades de gestão das empresas. O tipo de empresa característico dos anos sessenta são as indústrias. Os executivos daquele período vivenciavam certo desconforto no ambiente empresarial, pois sentiam-se restritos em relação aos papéis hierarquizados que desempenhavam nas indústrias. Os gestores de empresas dos anos 1960 implantaram uma nova forma de administração, baseada na descentralização das decisões, visando, com isso, a autonomia dos executivos. Apesar disso, as funções hierárquicas não desapareceram das indústrias, apenas criaram-se cargos bem delimitados onde os executivos poderiam constituir carreiras dentro das empresas.

No que diz respeito à literatura de gestão empresarial da década de 1990, há uma profunda transformação em relação ao período anterior. Os gestores empreenderam uma crítica à hierarquia e à burocracia que organizavam as indústrias. O discurso empresarial dos anos 1990 visava uma maior flexibilização e liberdade das funções desempenhadas pelos administradores. A figura do executivo, diretor de empresa, foi minimizada, dando lugar ao “*manager*”, personagem que designa todos os que demonstram excelência no gerenciamento de equipes. O modelo de empresa dos anos 1990 é a multinacional.

No novo universo, tudo é possível, pois as novas palavras de ordem são criatividade, reatividade e flexibilidade. Ninguém mais está limitado pela seção à qual pertence nem totalmente submetido à autoridade de um chefe, pois todas as fronteiras podem ser transpostas pela virtude dos projetos. (BOLTANSKI & CHIAPELLO, 2009. p. 122).

Diante disso, percebem-se mudanças, tanto na organização empresarial, quanto na forma como o capitalismo contemporâneo estrutura-se para a obtenção de lucros. Estas transformações no gerenciamento empresarial ocorreram nos anos 1990 mediante as inovações tecnológicas e o surgimento de novas modalidades administrativas, como no caso do “*manager*”. Na nova forma de gestão, o termo “rede” evidencia a atual organização econômica mundial. Passa-se do capitalismo financeiro para o conexonista.

Num mundo reticular, a atividade profissional passa a ser feita de uma multiplicidade de encontros e conexões temporárias, mas reativáveis, em grupos diversos, realizados em distâncias sociais, profissionais, geográficas e culturais eventualmente muito grandes. O *projeto* é a oportunidade e o pretexto para a conexão. (...) O projeto é precisamente um amontoado de conexões ativas capazes de dar origem a formas, ou seja, dar existência a objetos e sujeitos, estabilizando e tornando irreversíveis os laços. (BOLTANSKI & CHIAPELLO, 2009. p. 135).

Manuel Castells (1999) mostrou que uma revolução nas tecnologias de informação modificou a base material das sociedades do final do século XX. Diferentes economias do mundo passaram a estabelecer uma interdependência global. O capitalismo passou por uma reestruturação que se caracteriza por uma maior flexibilidade de gerenciamento, descentralização da empresa e sua organização em rede, tanto internamente quanto em suas relações com outras empresas. A revolução tecnológica do final do século XX deu origem a um novo modelo de economia que pode

ser identificado através da expressão, “economia em rede”. De acordo com o autor, essa nova economia possui três aspectos centrais, a saber: ela é informacional, global e reticular. É informacional porque a produtividade dos agentes (empresas, regiões ou nações) que compõe esse novo modelo econômico, depende da capacidade de gerar e processar informações. É global, pois as atividades produtivas, o consumo e a circulação de bens e serviços estão organizados em escala global. É reticular, porque, nas novas condições histórico-sociais, a produtividade e a concorrência ocorrem em uma rede global de interações entre redes empresariais.

Pode-se afirmar que o modelo organizacional das empresas que compõem o mundo do skate segue os mesmos padrões descritos por Castells. Desde o começo dos anos 2000, a produção de mercadorias de skate se fragmentou em diferentes países do mundo. A fabricação e distribuição de peças, vestuários e outros acessórios articulam empresas de diferentes países e sociedades. Os tênis da marca norte-americana, Lakai, por exemplo, são desenhados na Califórnia, fabricados na Coreia do Sul, e comercializados em mais de cem países. Empresas como a Vans e a Nike SB terceirizam seus serviços, e fabricam seus produtos em países onde o custo de mão-de-obra é baixo, a exemplo, Vietnã, Tailândia e China. As marcas do grupo norte-americano, Bakerboys Distribution, fabricam peças e vestuário no México, e comercializam esses produtos em diversos países da América Latina, Europa e América do Norte. A Agacê, empresa brasileira especializada na fabricação de shapers, produz suas mercadorias no exterior e as comercializa no Brasil.

Distribuidoras norte-americanas concedem a empresas brasileiras o direito de fabricar e comercializar peças e roupas no país. O grupo Drop Family, fundado na cidade de Curitiba em 2002, além de agregar marcas nacionais como a Drop Dead, a Child, a Hideout e a Change, também detém os direitos de licença das marcas NHS Manufacturing e Distribution. A companhia Dwindle Distribution fundou a empresa, Dwindle Brasil, que possui os direitos para distribuição em território brasileiro das marcas: Almost, Cliché, Enjoi, Blind, Darkstar, Superior, Tensor, Dusters of California e Kryptonics Wheels. A marca norte-americana, Vans, possui uma empresa chamada, Vans Brasil, que fabrica e comercializa calçados e vestuários em território brasileiro.

A concorrência entre as empresas do mundo do skate é extremamente desigual. Pode-se dizer que grandes corporações norte-americanas e europeias dominam os

processos de produção e distribuição dessas mercadorias em escala mundial e, conseqüentemente, coagem empresas de outros países a se ajustarem aos padrões impostos por elas.

A interação entre empresas de territórios distintos é possibilitada pelas novas tecnologias de comunicação e transportes (satélites, computadores, fax, telefones, aviões, navios, etc.), que redefinem a produção, a distribuição e o consumo de mercadorias de skate no mundo todo. A internet, os sites e páginas de marcas nas redes sociais, são de suma importância para a estruturação do mercado mundial do skate. Através dessas plataformas digitais, as empresas disponibilizam e comercializam mundialmente produtos que serão consumidos por skatistas de diferentes nacionalidades, gêneros e classes sociais.

É bastante provável que na fase atual de integração econômica global, as mesmas marcas e produtos do mundo do skate sejam vendidos em skateshops de cidades distantes, como, por exemplo, São Paulo, Nova York, Natal e Londres, ou através de lojas virtuais e sites de marcas internacionais. Diante disso, percebe-se que, em razão do desenvolvimento tecnológico e comunicacional, ocorreu a transnacionalização do mercado capitalista especializado na prática do skate.

Com efeito, o mercado mundial do skate tornou-se uma espécie de referencial cultural para skatistas de diferentes regiões do mundo. Esse extenso cenário de fabricação e comercialização de produtos produziu um amplo universo cultural composto por símbolos, mensagens, códigos e objetos, mundialmente difundido e consumido por milhões de indivíduos.

1.4 O consumo entre os skatistas: aspectos simbólicos e materiais

Mediante a aquisição e utilização de mercadorias, milhões de pessoas passam a experimentar o universo da prática do skate. O consumo de peças, tênis, roupas e outros acessórios, tais como, meias, bonés, óculos, etc., fornece pertencimento cultural e identidade social aos que em torno do skate se relacionam. A utilização de mercadorias, produzidas por empresas transnacionais e difundidas mundialmente pelos meios de comunicação de massa, faz com que indivíduos de diferentes nacionalidades, etnias, classes sociais e gêneros, se reconheçam enquanto adeptos de uma mesma prática cultural. O consumo em torno do mercado mundial do skate possibilita que os skatistas

construam e compartilhem um mundo “parecido”, capaz de existir somente através dos bens que o compõe. Além disso, a aquisição e utilização de produtos do mercado mundial do skate são capazes de estabelecer e mediar relações sociais entre os adeptos dessa atividade.

Estes aspectos do consumo de mercadorias entre os skatistas aproximam-se das proposições de Douglas e Isherwood (2013), quando afirmam que os bens funcionam como mediadores das linhas de relações sociais, e que, antes de tudo, o consumo supre necessidades simbólicas, ao invés de físicas e biológicas. Conforme os autores, na economia clássica, acreditou-se que os bens eram necessários ou para a subsistência, ou para a emulação competitiva. Assim, desenvolveram-se teorias que tentaram explicar o comportamento do consumidor e a natureza da demanda.

Entre essas abordagens, os autores destacam a teoria higiênica ou materialista e a teoria das necessidades por inveja. Do ponto de vista da teoria higiênica, os bens têm por função suprir necessidades físicas e biológicas, por exemplo, alimentação, abrigo, vestuário, entre outros. De acordo com a teoria das necessidades por inveja, os bens são necessários para a aquisição de *status* social e competição individual. Sob esse enfoque, entende-se que a inveja influencia a demanda. Um dos principais defensores dessa abordagem é Thorstein Veblen (1974) que, em sua Teoria da Classe Ociosa, compreende que a necessidade de propriedade é determinada pela emulação. Para o autor, a competição estabelece as regras para a aquisição das posses materiais.

É correto afirmar que nenhuma dessas teorias deu devida atenção às dimensões simbólicas do consumo de mercadorias. Ao explicar que a demanda é regida por necessidades individuais ou por princípios de emulação competitiva, essas teorias afastaram o consumo dos processos socioculturais e, conseqüentemente, negligenciaram seus aspectos simbólicos. Este é o ponto exato de diferenciação entre as abordagens higiênica e de necessidades por inveja, de uma “teoria cultural do consumo”, proposta por Douglas e Isherwood.

Essa teoria postula que, antes de tudo, os bens são necessários para tornar visíveis as categorias da cultura, e que a função essencial do consumo é dar sentido. Do

ponto de vista desta perspectiva, a cultura, mediante um processo de classificação³¹ ou categorização simbólica, determina e estrutura os modos de utilização dos bens. O processo de classificação simbólica imputa, por conseguinte, significados sociais às posses materiais, que passam a expressar as posições sociais dos indivíduos que as utilizam. Assim, os bens são necessários, não porque suprem necessidades práticas, mas porque organizam simbolicamente a experiência individual e, dessa maneira, configuram visões de mundo para os indivíduos.

Os bens (...) são acessórios rituais, o consumo é um processo ritual cuja função primária é dar sentido ao fluxo incompleto dos acontecimentos (...). O objetivo mais geral do consumidor só pode ser construir um universo inteligível com os bens que escolhe (DOUGLAS & ISHERWOOD, 2013, p. 110).

Peças, roupas, tênis e outros acessórios de skate são de extrema importância para os adeptos dessa atividade, em razão de estes objetos possuírem significados sociais compartilhados coletivamente. A utilização socialmente estruturada desses objetos estabelece relações sociais e possibilita o reconhecimento de pessoas enquanto adeptas de uma mesma prática social. Mediante o consumo de produtos de skate, os skatistas constituem identidades sociais, assim como adquirem uma visão particular da realidade.

Pode-se dizer que o mercado mundial do skate desempenha papel central nos processos de identificação entre os skatistas, já que as mercadorias comercializadas por este mercado possuem significados sociais que, ao serem utilizadas, passam a representar as individualidades de quem às consomem.

O consumo dentro dos limites do mercado mundial é sempre um consumo de identidade, canalizado por uma negociação entre a autoidentificação e uma série de possibilidades oferecidas pelo mercado capitalista. (FRIEDMAN, 1998, p. 332)

É certo dizer que os processos de escolha das marcas entre os skatistas são determinados menos pela qualidade dos produtos em si, e mais pela importância que certas marcas desempenham no universo cultural da prática do skate. Como argumentou Alfred Gell (2008) em seu estudo sobre o consumo entre os gonde muria da Índia, os bens são desejáveis em virtude do papel que exercem em um sistema simbólico. Os skatistas escolhem marcas e produtos de acordo com a importância que estas empresas e

³¹A abordagem desenvolvida por Douglas e Isherwood (2013) está inserida no paradigma estrutural-funcionalista da antropologia social, e foi profundamente influenciada pelos trabalhos de Émile Durkheim e Marcel Mauss (2008) acerca das formas primitivas de classificação.

objetos possuem no universo cultural da prática do skate. Marcas de surfe ou de patins, por exemplo, não são utilizadas por skatistas, e vice-versa.

Os adeptos do skate estabelecem relações sociais e constituem identidades a partir do consumo de mercadorias ofertadas pelo mercado mundial especializado nessa prática esportiva. Como explica Gell (2008), os bens de consumo, ao serem adquiridos e utilizados, passam a integrar a personalidade de quem os consomem.

O consumo é a fase do ciclo em que os bens passam a estar vinculados a referentes pessoais, (...) e se tornam atributos de alguma personalidade individual, insígnias de identidade ou significantes de relacionamentos e compromissos interpessoais específicos (GELL, 2008, p. 146).

Diante disso, pode-se dizer que a aquisição e utilização de peças, roupas e acessórios estabelecem relações sociais e fornecem identidades para os adeptos da prática do skate. Todavia, apesar de o consumo de produtos do mercado mundial do skate ser capaz de estabelecer relações sociais e fornecer senso de pertencimento cultural aos skatistas, o acesso aos bens do mundo do skate é extremamente desigual. Sem dúvida, os skatistas não experimentam de forma idêntica o universo cultural do skateboard. Os que possuem melhores condições econômicas optam pela utilização de marcas importadas, enquanto os menos favorecidos consomem produtos nacionais, pois os preços são menores. O acesso ao universo da prática do skate é bastante desigual, está marcado por diferenças socioeconômicas e culturais entre os praticantes dessa atividade. Enquanto alguns desfrutam da possibilidade de adquirir inúmeros produtos, outros se esforçam para continuar a praticar uma atividade totalmente dominada por empresas, marcas e corporações de alcance transnacional.

Além dos aspectos simbólicos destacados acima, pode-se dizer que o consumo entre os skatistas possui uma dimensão material não menos importante. A posse material de shapes, rodas, rolamentos, tênis, calças, camisetas, entre outros objetos, é o que define um sujeito enquanto skatista. Os indivíduos só se tornam skatistas devido às coisas que estes utilizam para “andar de skate”. Assim, é correto dizer que, além de o uso de produtos de skate estabelecer relações sociais e configurar identidades, ele também é capaz de constituir a própria subjetividade dos skatistas. Nesse sentido, shapes, tênis, bonés, rodas, etc. não representam individualidades simplesmente, como também definem subjetividades.

Este aspecto da dimensão material do consumo de peças, vestuário e outros acessórios entre os skatistas pode ser perfeitamente compreendido a partir da perspectiva dos estudos de cultura material desenvolvidos por Daniel Miller (2013). De acordo com esta abordagem, a materialidade dos objetos é o que nos torna o que somos. Nesse sentido, a utilização de certos objetos é capaz de produzir tipos específicos de sujeitos e grupos sociais. Sob esse enfoque, a materialidade é vista como uma dimensão central na produção de subjetividades.

Miller procura desenvolver estes argumentos apresentando dois exemplos: o primeiro diz respeito à importância da indumentária em Trinidad; o segundo refere-se ao sári utilizado por mulheres na Índia. De acordo com o autor, em Trinidad, a indumentária não é algo superficial. O que define uma pessoa nessa sociedade não é o trabalho que esta desempenha, mas as roupas e sapatos que são utilizados por elas. Na Índia, por conseguinte, a utilização do sári constitui aspectos importantes da experiência da mulher. Assim, tanto a indumentária em Trinidad, quanto o sári na Índia, evidenciam que os objetos não apenas representam as posições sociais das pessoas, como as constituem enquanto sujeitos sociais.

Esta é a diferença entre a teoria cultural do consumo, de Douglas e Isherwood, e a abordagem de cultura material desenvolvida por Daniel Miller. Enquanto na perspectiva de Douglas e Isherwood os objetos são tratados enquanto símbolos que representam indivíduos, nos estudos de cultura material os bens são entendidos como constituidores de subjetividades. Assim, de acordo com Miller (2007), os estudos de cultura material trabalham com a especificidade de objetos para compreender a especificidade de uma humanidade inseparável de sua materialidade.

Estes aspectos podem ser percebidos no consumo de produtos entre os skatistas. A utilização de objetos específicos, como shapes, rodas, rolamentos, lixas, assim como roupas de marcas de skate, definem um grupo particular de sujeitos, que experimenta de forma “parecida” o cotidiano de diferentes cidades do mundo. Rodas, rolamentos, shapes, trucks, etc. são objetos bastante específicos de um grupo de sujeitos. Raramente, pessoas que não são adeptas do skate utilizam esses produtos. Mediante a utilização desses objetos, os skatistas definem suas subjetividades.

Conforme Miller (2007), na teoria social, o consumo foi tratado como sinônimo de gastos e destruição. Diferentes abordagens se desenvolveram com uma posição moral

antimaterialista. O consumo era visto como o ponto final da cultura material. De um lado estava a produção, associada à criatividade, de outro, o consumo, visto enquanto destruição. No entanto, os estudos de cultura material apontam que o consumo é um processo criativo. De acordo com essa perspectiva, os indivíduos, mediante a utilização de certos objetos, definem-se enquanto sujeitos sociais. Além disso, grupos sociais também são definidos mediante a utilização de certas mercadorias.

Os skatistas se constituem enquanto sujeitos a partir das coisas que estes utilizam. Sob esse enfoque, não é possível determinar claramente o que é o skatista. De certo modo, pode-se dizer que ele não é unicamente um indivíduo, pois o que faz de uma pessoa skatista são os objetos indispensáveis para a realização da prática do skate. Essa figura ganha forma a partir das coisas que utiliza, ou seja, uma pessoa torna-se skatista mediante as conexões que se estabelecem entre seu corpo e os objetos necessários para “andar de skate”. Assim, o skatista pode ser entendido como uma criatura híbrida, constituída de um organismo vivo e de objetos não-humanos ou inanimados. Não é possível delimitar, por exemplo, as fronteiras entre seu corpo, o tênis, o shape, as rodas, as marcas de produtos, entre outras coisas. O skatista é uma mistura de entidades heterogêneas que se conectam.

Nesse sentido, a figura do skatista pode ser perfeitamente vislumbrada na ironia do ciborgue de Donna Haraway (2009). A autora argumenta que o ciborgue é um tipo de criatura contraditória, constituída por coisas incompatíveis. O ciborgue é um ser ambíguo, feito simultaneamente de objeto e pessoa, organismo e máquina, animal e humano. A ironia criada por Haraway serve para identificar algumas transformações do mundo contemporâneo. Devido à dependência do homem em relação às novas tecnologias, tornou-se impossível separar o que é humano do que é máquina. A imagem do ciborgue evidencia esses seres híbridos que surgiram. Por exemplo, o homem dependente do carro, do computador, das biotecnologias, etc. Portanto, “(...) neste nosso tempo, um tempo mítico, somos todos quimeras, híbridos – teóricos e fabricados – de máquina e organismo; somos, em suma, ciborgues. O ciborgue é nossa ontologia (...)” (HARAWAY 2009, p. 37).

Para Haraway, houve uma quebra de fronteira entre o que separava o humano das máquinas. Com os avanços das tecnologias, as máquinas ganharam vida, fazendo com que os humanos dependam enormemente destas. O que seria do homem sem a

energia, a internet os meios de comunicação? O que seria do skatista sem os tênis, o shape e as rodas? As fronteiras entre organismo e máquina foram desconfiguradas.

As máquinas do final do século XX tornaram completamente ambíguas a diferença entre o natural e o artificial, entre a mente e o corpo, entre aquilo que se autocria e aquilo que é externamente criado, podendo-se dizer o mesmo de outras distinções que se costumavam aplicar aos organismos e às máquinas. Nossas máquinas são perturbadoramente vivas e nós mesmos assustadoramente inertes. (HARAWAY, 2009. p. 42).

O skatista é uma figura totalmente dependente das tecnologias que foram criadas para a fabricação das peças que ele adquire e utiliza. Ele é uma mistura de corpo, rodas, shape, parafusos, lixa, entre outros objetos. Um híbrido de corpo e objetos não-humanos. O skatista não existiria sem essas coisas. Sua existência depende das ações desempenhadas por esses objetos. Os avanços tecnológicos da indústria do skate transformou essa atividade ao longo do tempo. O skatista se constitui a partir de um amplo investimento técnico-científico, patrocinado pelas grandes marcas de equipamentos para o skate. O skatista não é somente uma pessoa, ele é um ser, simultaneamente organismo e máquina, pessoa e objetos.

2. O Skateboard em Natal-RN

2.1 Anos 80 e 90

Não há registros que mostrem exatamente como e quando começou a prática do skate em Natal. Mas pode-se dizer que é na primeira metade da década de 1980 que alguns jovens aderiram à atividade na cidade. A maioria desses sujeitos era do sexo masculino, pertencentes à classe média, com idades entre os treze e os vinte anos. Assim como hoje, naquela época, não existiam espaços apropriados para a atividade na cidade, o que forçava os skatistas a construírem seus próprios obstáculos.

A década de 1980 é marcada pelo surgimento de diversos skateparks no Brasil. No nordeste não é diferente. Algumas pistas foram surgindo no fim da década de 1970, início dos anos 1980 em diversas cidades. Naquele período, as pistas mais famosas do nordeste foram: a “Pista Podre”, de João Pessoa/PB, e o *bowl-banks*³² da Volta da Jurema, em Fortaleza/CE, importantes espaços para o desenvolvimento do skate na região nordeste.

Em 1980, para realizar as sessões³³, os skatistas de Natal construíam obstáculos de madeira que colocavam em ruas, quadras e avenidas da cidade, como na Via Costeira, lugar frequentado pelos veteranos do skate de Natal desde a primeira metade dos anos 1980³⁴. Os skatistas “potiguares” que se destacaram nessa época foram os irmãos “Zelito” Albano e Tercílio Albano, Ilzeli Confessor, Eliezer, Edson “Bulau”, entre outros. É digno de nota dizer que, no começo da prática do skate em Natal, o estilo praticado era o vertical, que desde o começo dos anos 1980 até o início da década seguinte, predominou na cidade. Pode-se dizer que a década de 1980 foi a fase seminal do skate na cidade, pois, naquele período, constituiu-se um amplo cenário de relações sociais entre diferentes pessoas motivadas pela prática do skate.

Nomes como os de Tercílio Albano, responsável pela criação de várias rampas e obstáculos, Ilzeli Confessor, João Carvalho e Claudionor “Cabeça”, responsáveis pela criação da ASKN (Associação de Skate Norte-Rio-Grandense), que realizou, nos anos 1980, diversos campeonatos e torneios, contribuíram para a legitimação e a recorrência, até mesmo atual, do skateboard em Natal. Na primeira metade de 1980, se não fosse a

³²Obstáculo feito de cimento ou madeira com formato oval.

³³Termo dos skatistas que se refere aos encontros pessoais para a realização da prática do skate.

³⁴Disponível em: veteranskater.com.br, acessado em 12/02/2016.

iniciativa dos próprios skatistas de construir obstáculos, esses rapazes precisavam deslocar-se da cidade para andar, principalmente, na “Pista Podre” de João Pessoa, construída em 1979, ou no *bowl-banks* da Volta da Jurema, em Fortaleza, inaugurado em 1980. Na época, não existiam lojas especializadas em skate em Natal. Para comprar as peças, os skatistas precisavam ligar para números de telefones vistos em revistas especializadas, como a revista *Esqueite*, ou mandavam cartas para algumas lojas que eram conhecidas através de propagandas nessa revista, ou através de viagens realizadas por Ilzeli, que, na época, era representante comercial de algumas marcas nacionais.



Figura 1: Ilzeli na rampa dos irmãos Albano, Via Costeira, década de 1980. Fonte: veteranskater.com.br

Natal permaneceu sem pistas e lojas de skate até o ano de 1984, quando foi construído o complexo de patinação chamado, *Flyng Rollers*, iniciativa dos irmãos, “Carlinhos” e “Abacate”, envolvidos pelo boom da patinação na época. O *Flyng Rollers* é considerado a primeira pista de skate de Natal, e possuía um ringue de patinação e um espaço para o skate feito a partir da fixação das rampas de madeira dos irmãos Albano. O *Flyng Rollers* ficava localizado no Aero Clube de Natal, e funcionou até o ano de 1987. Com a inauguração desse espaço, alguns skatistas decidiram com os donos do local, em construir um bowl para a prática do skate vertical,

(...) então os skatistas locais encararam o desafio de construir o bowl, e assim, o primeiro passo (escavação) foi dado. Tercílho Albano, o Cearense radicado em Natal, Alexandre Gato, Martins Junior, Ilzeli Confessor, Samir Leitinho e Jessé Monstro, escavaram com o próprio pulso o “buraco” para início das obras. (Disponível em: veteranskater.com.br, acessado em 12/02/2016).

O Flyng Rollers era uma pista que misturava skate e patins, mas apenas alguns privilegiados podiam frequentá-lo, em razão deste local ser particular. Durante os três anos de funcionamento do espaço, vários skatistas o utilizaram, a exemplo, Ilzeli, Alexandre Gato, de Fortaleza, Eduardo Monga, Jameson Moleza, o profissional Jun Hashimoto e o skatista do sudeste Guto Jimenez. A pista foi desativada em 1987, mas, em razão de uma “parceria” dos skatistas com seguranças do espaço, o bowl do Flyng Rollers foi utilizado até 1989.

O Flyng Rollers foi uma pista de suma importância para o desenvolvimento da prática do skate em Natal nos anos 1980. Ajudou, inclusive, no desenvolvimento do skate no nordeste, pois muitos skatistas de outras cidades começaram a vir para Natal para andar no novo obstáculo.



Figura 2: Tercílio Albano no Bowl do Flyng Rollers, anos 1980. Fonte: veteranskater.com.br

Após o período de funcionamento do Flyng Rollers, no Aero Clube de Natal, a prática do skate se desenvolveu significativamente na cidade. Deu-se início, por volta da segunda metade dos anos 1980, a prática do street skate, aumentando, assim, consideravelmente o número de skatistas na cidade. Além disso, para legitimar a atividade em Natal, algumas iniciativas foram tomadas pelos próprios skatistas e por empresários do ramo dos esportes de ação, sobretudo, surfe e skate.

No final dos anos 1980, foi criada a Associação de Skate Norte Rio-Grandense (ASKN), que tinha como líderes, Ilzeli e João Carvalho. A ASKN foi uma iniciativa muito importante para o desenvolvimento do skate em Natal, pois, naquele período, organizou diversos campeonatos de street e vertical na cidade. Algumas lojas, tais como

a Ação, que antes vendia equipamentos para diferentes modalidades esportivas, devido à popularidade do skate na época, despertou interesse pela comercialização de produtos de skate.

O estilo street skate em Natal começa a ser praticado nos primeiros anos de 1980, mas é a partir da segunda metade dessa década que houve um aumento no número de adeptos dessa modalidade na cidade³⁵. Os lugares que os adeptos do skate de rua utilizavam variavam. Ruas do centro da cidade, do bairro do Alecrim, a quadra poliesportiva da Praça Henrique Carloni, em Ponta Negra, e outros, foram alguns dos picos do street skate em Natal, sobretudo, na segunda metade da década de 1980. Um lugar que guarda lembranças dos skatistas daquele período é o espaço onde funcionou o Flyng Rollers.

Ali, alguns pioneiros como Wendel Leite, James Brilhante, Jameson, Ivan Zanoni, Eduardo Monga e Paulo Playboy se reuniam para *sessions* de street na quadra e de lá saíam para andar em uma *jump*³⁶ na Rua Alberto Maranhão, quadra da Praça Augusto Leite e no centro da cidade. (Disponível em: veteranskater.com.br, acessado em 14/02/2016).

Os primeiros praticantes do skate de rua na cidade faziam rampas de madeira para realizar as manobras. As rampas eram um dos obstáculos mais utilizados nos primórdios do street skate em Natal. Os skatistas faziam as rampas e colocavam em ruas asfaltadas e praças. Obstáculos como corrimãos de ferro e caixotes, bastante utilizados no skate de rua não eram utilizados, devido ao fato de ser o começo da modalidade. No fim dos anos 1980, houve um aumento no número de adeptos da nova modalidade na cidade e, a partir disso, consolidou-se um amplo cenário de relações entre os jovens que praticavam o skate de rua em Natal. Algumas praças e ruas foram tornando-se lugares fixos para a prática do street skate.

Com um número considerável de *streeteiros*, estava formada a cena street e vários picos de rua surgiam em diversos bairros de Natal. Praça André de Albuquerque no centro (Praça vermelha), que na sua primeira versão tinha dois coretos com escadarias e bancos de concreto de diversas alturas, Condomínio Parque das Serras, Quadra de Candelária, *jump* do início da Av. Afonso Pena, Praça de eventos do Campus Universitário, *jump* do anel viário do campus e *jump* da Av. Rui Barbosa, foram os primeiros picos de street da cidade, que junto as incansáveis e intermináveis *sessions* na rua, ajudaram a

³⁵Disponível em: veteranskater.com.br, acessado em 14/02/2016.

³⁶Rampa construída de cimento ou madeira.

disseminar a modalidade. (Disponível em: veteranskater.com.br, acessado em 14/02/2016).

Surge, em meados dos anos 1980, atrelada ao desenvolvimento da modalidade street e ao auge do vertical, a loja Opeste, que funcionava perto do Hiperbompreço da Av. Prudente de Moraes. A Opeste foi a única loja do período que vendia equipamentos especializados em esportes radicais na cidade. A loja Ação, especializada em artigos esportivos, também vendeu equipamentos para skate durante certo tempo, mas não era um estabelecimento especializado em esportes radicais. A Opeste era propriedade do surfista João Carvalho, e patrocinava alguns surfistas e skatistas da cidade, além de ser ponto de encontro para essas pessoas. Esse estabelecimento comercial foi de extrema importância para o desenvolvimento do skate em Natal nos anos 1980, pois disponibilizou equipamentos e produtos que antes eram quase impossíveis de adquirir.

Em 1987, a partir de uma iniciativa de “Joãozinho” da Opeste, como era conhecido João Carvalho pelos skatistas, e de um projeto adquirido por Ilzeli Confessor, foi construído o primeiro half-pipe de Natal. O half era de madeira, e possuía 10m de largura por 3m de altura. Ficava localizado na Av. Café Filho, na Praia dos Artistas. A loja Opeste disponibilizou a verba para a compra de material para a construção do obstáculo, mas quem construiu a nova atração da cidade foram os próprios skatistas. O obstáculo ficou mais conhecido como, o “half da Opeste”, devido à verba disponibilizada pela loja. O “half da Opeste” foi inaugurado no carnaval de 1987, e durou apenas um ano, pois devido à ação do tempo, o obstáculo deteriorou-se. O half ficava a beira-mar, e influenciou diversos jovens a praticar o skateboard na época.



Figura 3: Half-pipe da Opeste, 1987. Fonte: veteranskater.com.br

Em 1988, foi construída a primeira pista de skate pública de Natal, o “half-pipe do Machado”. Ilzeli, que trabalhava como representante comercial da marca nacional de equipamentos para skate, Blockhead, conseguiu um projeto de half com mini-rampa conjugada, com algumas pessoas do sudeste, que trabalhavam para a empresa. Ilzeli segurou o projeto até surgir uma oportunidade para pô-lo em prática. Foi a partir da disputa eleitoral para o cargo de prefeito da cidade que o projeto pôde ser realizado. Os candidatos à prefeitura não mediam esforços na arrecadação de votos, e os skatistas não estavam à parte dessa situação.

Tomando conhecimento de uma passeata do então candidato a Prefeito, Henrique Alves, que tinha como padrinho de sua campanha Garibaldi Alves, então governador do estado, Ilzeli leva o projeto da pista até as mãos do então candidato Henrique. Bingo! Com a máquina do estado nas mãos, como um passe de mágica, em três meses o half-pipe estava pronto para alegria dos skatistas e propaganda do candidato, pois, esse encontro se deu quatro meses antes das eleições. (Disponível em: www.veteranskater.com.br, acessado em 15/02/216).

O “half-pipe do Machado” recebeu esse nome devido à sua localização. Ficava ao lado do estádio estadual de futebol de Natal, chamado, Machado. A pista foi de extrema importância para movimentar o cenário do skate no fim dos anos 1980, começo de 1990. Vários campeonatos realizados no “half-pipe do Machado” contribuíram para impulsionar o skate na região nordeste durante o final dos anos 1980. Muitos skatistas de outras cidades vieram para Natal para andar no obstáculo. Na inauguração, houve uma demonstração dos skatistas profissionais, Acácio Narina e Maurício Campos.

Após seis anos de utilização intensa, o half começou apresentar sinais de desgaste. Rachaduras na estrutura do obstáculo apareceram, e o chão começou a se deteriorar, devido à ação do tempo. Em 2004 o obstáculo, que há mais de dez anos não era utilizado, foi destruído pela Prefeitura de Natal.

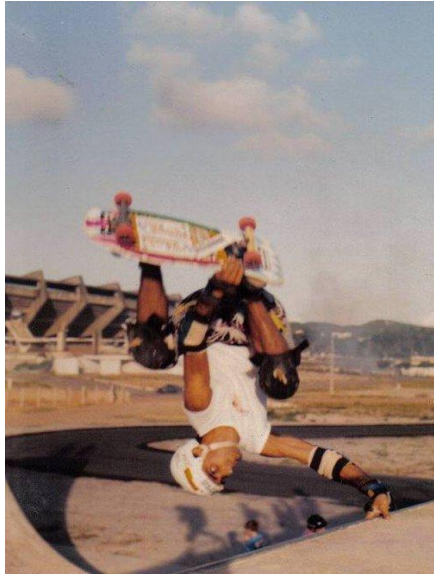


Figura 4: Jessé “Monstro” no Half do Machadão, década de 1990. Fonte: Arquivo pessoal de Ilzeli Confessor.

A Cidade da Esperança, bairro que surge em Natal nos anos 1960, também foi um importante local para os skatistas desde 1989, quando ocorreu a construção de um half-pipe público no bairro. A partir da construção da “Fedorenta”, como foi batizado o obstáculo pelos skatistas, houve diversos campeonatos realizados pela ASKN, que fizeram do bairro um pólo do skate em Natal. Os skatistas que andavam de vertical, como Tercílio Albano, Ilzeli, Alexandre Gato entre outros, eram uns dos que frequentavam a pista.³⁷

Em 1989, a ASKN organizou um circuito street/vertical, realizado na quadra do Clube Colonial e no half-pipe da Cidade da Esperança, onde participaram mais de oitenta competidores disputando as premiações do evento. Skatistas da região sudeste e de todo o nordeste vieram para a cidade participar do circuito, que ajudou a movimentar a cena do skate na cidade. Nomes como Antonio Trhon, de São Paulo, Marcelo Agra, de Pernambuco, e Jameson Moleza, de Natal, movimentaram o bairro da Cidade da Esperança em 1989. O half-pipe foi demolido em 2010 para a construção de uma UPA (Unidade de Pronto Atendimento) durante o mandato da prefeita Mícarla de Souza.

A década de 1980 foi o período de desenvolvimento e consolidação da prática do skate na cidade de Natal. Nesse período, surgiram as primeiras pistas, houve a adesão de muitos jovens ao universo do skate, parcerias público-privadas foram realizadas,

³⁷Disponível em: www.veteranskater.com.br, acessado em 15/02/2016.

surgiram lojas como a Opeste, e realizaram-se diversos eventos voltados para o skate de rua e vertical. Com isso, pode-se dizer que essa foi a época de ouro do skate em Natal.

Se a década de 1980 foi o período de desenvolvimento da prática do skate na cidade, os anos 1990 se iniciaram com uma crise da atividade, devido ao Plano Collor, que foi responsável pelo fechamento de inúmeras pistas e marcas especializadas em skate no Brasil todo. O período é caracterizado por uma diminuição no número de adeptos do skate em Natal. A cidade estava sem pistas e lojas para a comercialização de peças. Apesar disso, alguns campeonatos foram organizados, como a Copa SSW/HOSOI, em 1993, realizada pela ASKN no estacionamento do Natal Shopping.



Figura 5: Copa SSW/HOSOI, 1993. Fonte: veteranskater.com.br

A década de 1990 é marcada pelo crescimento da modalidade street e pela diminuição de adeptos do skate vertical em Natal. Como a cidade, na época, não possuía pistas para o street, os adeptos dessa modalidade andavam em diferentes lugares do centro da cidade, bairro de Ponta Negra, Mirassol, entre outros. Um lugar bastante utilizado era o Banco do Brasil da Av. Rio Branco, no centro da cidade, e a Praça André de Albuquerque (Praça Vermelha). Nomes que se destacaram no período foram, “Robertinho”, Lucio “Ceguinho”, primeiro skatista profissional da cidade, Raphael “Majei”, “Anjinho”, “Tercilinho”, filho de Tercílio Albano, Daniel “Jamaica”, “Taboquinha”, Arthur “Mumu”, entre outros. Natal permaneceu sem uma pista de skate durante toda a década de 1990.

Em 2000, através da iniciativa do veterano Tercílio Albano, surge o New Skatepark no Aero Clube, espaço do antigo Flyng Rollers. A pista funcionou até o final do ano de 2003, e continha uma área para street com obstáculos de madeira, uma mini-rampa de madeira e o antigo bowl de cimento que estava sem utilização desde os anos 1980. O New Skatepark foi importante para os skatistas da geração dos anos 1990, que até o começo de 2000, estavam desprovidos de pistas. Esse skatepark foi de extrema importância para movimentar a cena do skate na cidade no começo do século XXI. Nomes como Lucio “Ceguinho”, “Robertinho”, Arthur “Mumu”, “Tercilinho”, Salomão Dantas, entre outros, que andavam nas ruas de Natal na década de 1990, passaram a utilizar regularmente a pista.

Na mesma época, surgiram duas lojas na cidade que foram referência de produtos e equipamentos para os skatistas em Natal: a Friend’s Crazy Shop e a Nix Skate Tatto, que funcionaram durante a primeira década dos anos 2000 no centro da cidade. Em 2004, o New Skatepark é fechado, e Natal fica sem pistas de skate novamente. A loja Nix também fechou em 2004. A Friend’s, apesar de funcionar ainda, não comercializa mais produtos para skate, apenas body-piercing e tatuagens.

2.2 Os skatistas e a cidade

Atualmente, apesar de Natal possuir um skatepark público construído pela Prefeitura, localizado no Centro Educacional Unificado (CEU) do loteamento Norderlândia-zona norte, a grande maioria dos skatistas não utiliza este local, em razão de ser afastado dos bairros centrais da capital potiguar. Nos últimos anos, em razão da falta de locais apropriados para o skate em Natal, os skatistas ressignificam espaços formais da cidade, atribuindo novos sentidos à praças, ruas, monumentos históricos, entre outros locais.

Em seu estudo sobre a Praça XV, em Florianópolis, Lisabete Coradini (1995) chama atenção para duas formas opostas de organização do espaço urbano. A primeira, denominada de “esquadrinhamento”, diz respeito à organização formal dos espaços da cidade, proporcionada pelos projetos urbanísticos, desenvolvidos, sobretudo, pelos administradores públicos. A segunda, chamada de “dialogismo”, refere-se ao movimento de ressignificação dos espaços formais da cidade, proporcionada pelos cidadãos.

De um lado, inúmeras tentativas por parte da administração pública, no sentido de ordenar, vigiar e disciplinar o espaço urbano. Do outro, uma multiplicidade de vozes, cada uma expressando uma visão de mundo, tentando subverter, desordenar, libertar-se do olhar disciplinador e ressignificar a vida social. (CORADINI, 1995, p.29).

Por um lado, há a organização formal dos espaços da cidade: construção de praças, ruas, bairros, parques, avenidas, etc, criados em razão das exigências da vida em sociedade. Tais espaços são pensados pelos gestores públicos para o controle das pessoas, do tempo e do território. Por outro lado, esses espaços formais ganham novos significados por parte dos cidadãos, mediante o desempenho de diferentes práticas culturais e sociais. Assim, praças, ruas, avenidas, lojas, etc., podem possuir sentidos que transcendem os que lhes foram impostos pela administração pública.

Os skatistas de Natal atribuem um sentido bastante peculiar aos espaços da cidade. Em busca de lugares para realização das manobras, eles valorizam a arquitetura urbana em Natal de uma forma específica. Por exemplo, um banco de praça ou uma calçada de rua transformam-se em obstáculos. O sentido formal da praça, como lugar para encontros, ou da rua, como lugar de passagem, são ressignificados, tornando-se espaços para manobras.

Esses aspectos da ressignificação dos espaços da cidade pelos skatistas de Natal podem ser perfeitamente compreendidos a partir da discussão feita por Michel De Certeau (2013) acerca das diferenças entre espaço e lugar. Do ponto de vista dessa abordagem, lugar diz respeito a uma ordem espacial formalmente construída, ou seja, qualquer distribuição ou organização formal da cidade que possua um sentido único e próprio. Assim, uma praça, uma rua, um parque, entre outros, são considerados lugares, pois possuem um sentido próprio, definido por urbanistas, gestores públicos, arquitetos, etc. Já o espaço é sempre um lugar praticado. Ao contrário do lugar, um espaço pode ter múltiplos significados. Por exemplo, uma rua, com seu sentido próprio, é ressignificada pelos pedestres de acordo com suas motivações pessoais, tornando-se um espaço.

Em suma, o espaço é um lugar praticado. Assim a rua geometricamente definida por um urbanismo é transformada em espaço pelos pedestres. Do mesmo modo, a leitura é o espaço produzido pela prática do lugar constituído por um sistema de signos – um escrito. (DE CERTEAU, 2013, p. 202).

Pelo fato de Natal não possuir lugares apropriados para a prática do skate, e motivados pelos desafios das manobras, os skatistas ressignificam espaços formais da

cidade. Esse processo de ressignificação espacial gerou a construção de muitos picos de skate em Natal, que nos termos de Michel De Certeau, podem ser entendidos como “espaços”. Atualmente, há recorrência da prática do skate em quase todos os bairros da cidade. Existem alguns locais que se tornaram pontos fixos para os skatistas. Nesses espaços, a prática do skate passou a ser uma atividade cotidiana.

Destacam-se, como os principais picos de skate de Natal: a “Praça do Floca”, localizada no bairro de Lagoa Nova, a Praça Henrique Carloni, em Ponta Negra, a Praça André de Albuquerque, no centro, o Galpão da Cidade da Esperança, na zona oeste, o Presépio de Natal, no bairro de Candelária, e a quadra poliesportiva do Conjunto Santa Catarina, na zona norte.

Em 2011, alguns skatistas, cansados da falta de lugares para o skate, resolveram construir alguns obstáculos de cimento na praça em frente à Escola Estadual Desembargador Floriano Cavalcanti, no bairro de Mirassol, próximo ao Shopping Via Direta. O lugar ficou mais conhecido pelos skatistas como a “Praça do Floca”. Em 2011, a reforma do local foi finalizada, e uma área quadrangular com apenas uma arquibancada ficou inutilizada. Os skatistas, então, resolveram reformar o lugar vazio e, para isso, não tiveram patrocínio de nenhum órgão público ou privado.

Foram colocados no espaço, dois ferros, uma rampa de cimento e um palco de cimento. O espaço foi utilizado sem permissão, mas depois que alguns responsáveis da prefeitura viram os obstáculos sendo construídos, liberaram o local para os skatistas. Os dias que se vêem maior movimentação de pessoas na “Praça do Floca” são durante os fins de semana, sobretudo, na parte da tarde, pois não há iluminação à noite. Em razão de muitos skatistas serem estudantes, o espaço fica menos movimentado durante a semana. Até 2013, a “Praça do Floca” foi bastante frequentada. No entanto, devido ao desgaste dos obstáculos e aos buracos que se formaram no chão, atualmente, tornou-se um pico de skate pouco utilizado em Natal.



Figura 6: Skatistas construindo obstáculos na Praça do Floca, 2011. Fonte: Arquivos pessoais de Raul Pacheco.

A “Praça do Floca” foi um importante espaço para os skatistas da zona sul de Natal até 2013. Além desse local, existe, na região sul da cidade, a Praça Henrique Carloni, mais conhecida como, “Praça do Disco Voador”, localizada no bairro de Ponta Negra. Atualmente, esse local tornou-se o principal pico de skate da zona sul de Natal. O nome, “Disco Voador”, faz alusão a uma caixa d’água em formato de disco voador, localizada na parte central da praça.

É difícil precisar como e quando começou a prática do skate na praça. Desde o final dos anos 1980, a geração mais antiga do skate da cidade frequentava o local. Esses sujeitos levavam rampas feitas de madeira, que colocavam na quadra de esportes da praça. Nomes como Paulo “Playboy”, Jameson “Moleza”, “Formiga”, Vladimir “Blockhead”, entre outros, foram os precursores da prática do skate na Praça Henrique Carloni. Desde o fim da década de 1980, o Disco Voador já fazia parte da lista de picos de skate de Natal.



Figura 7: Skatistas na Praça Henrique Carloni, 1989. Fonte: veteranskater.com.br

Durante toda a década de 1990, houve a prática do skate na quadra do Disco Voador. No fim dos anos 1990, início dos 2000, uma nova geração de skatistas construiu obstáculos de madeira e de ferro, onde levavam para a quadra da praça no turno da noite. No entanto, no começo de 2000, a regularidade das sessões na antiga quadra diminuiu. Os skatistas pararam de andar no local, e a prática do skate na praça tornou-se menos frequente.

A geração que andava no fim dos anos 1990, início de 2000, deixou de frequentar o espaço da praça. Uns abandonaram o skate, outros passaram a andar em outros lugares da cidade, por exemplo, no antigo “Sirva-se”, supermercado que ficava localizado na Av. Senador Salgado Filho, onde atualmente se localiza a Igreja Universal do Reino de Deus. No entanto, a prática do skate não cessou na praça. Uma nova geração toma a cena em fins da primeira década de 2000. Alguns jovens, moradores de Ponta Negra, continuaram utilizando a praça para andar de skate.

Após a revitalização da praça, em 2007, foi construído um espaço em formato de círculo com bordas de cimento ao redor, na parte esquerda da Praça Henrique Carloni. Alguns moradores diziam que seria construído um chafariz para decorar a praça. Circulavam rumores que seria construída uma quadra para o basquete de rua. No entanto, passados exatamente três anos após a revitalização do local, o espaço estava inutilizado. Os moradores, por conta disso, começaram a reclamar da sujeira que se acumulava no lugar, e dos constantes assaltos na praça. Alguns patinadores e skatistas, sabendo disso, decidiram se apropriar do lugar para construir um espaço para a prática dos esportes radicais na praça.

Em 22 de agosto de 2010, alguns skatistas e patinadores resolveram fixar um corrimão no círculo inutilizado da praça. A iniciativa partiu dos irmãos patinadores, Rafael Silva e Leonardo Silva, moradores da Vila de Ponta Negra. Na noite do dia 22, os irmãos e outros rapazes chumbaram um ferro de aproximadamente cinco metros de comprimento na parte central do círculo. Após o primeiro obstáculo ser fixado, várias iniciativas foram tomadas, e outros obstáculos surgiram. No começo das sessões, em 2010, havia apenas o corrimão, mas após quatro meses de atividades constantes, um caixote de ferro e madeira, que atualmente não se faz mais presente, foi posto no local. Em 2011, alguns skatistas, com o intuito de aprimorar o espaço, entre eles, Raul Pacheco, Layan Gomes e Daniel Fernandes, construíram uma rampa de cimento na parte direita do círculo.

Em 2012, através da iniciativa dos skatistas Raphael “Majei” e Mykel Regis, foi construído um *quarter-pipe*³⁸ de cimento do lado oposto da rampa menor. Em 2013, mais precisamente entre os dias 11 e 13 de março, após a arrecadação de verba disponibilizada por doações da Gosurf Boardshop, loja de surfe e skate do bairro de Ponta Negra, e de dinheiro arrecadado de campeonatos realizados no local, os frequentadores do espaço construíram um caixote de cimento de mais ou menos três metros de comprimento. Em 2014, após a deterioração do corrimão, os skatistas decidiram construir uma *fun-box*³⁹ no centro do círculo. Atualmente, o espaço conta com quatro obstáculos, são eles: um caixote de cimento, um quarter-pipe, uma fun-box e um corrimão de ferro.

Em média, de dez a vinte skatistas frequentam o espaço diariamente. Na tentativa de obter informações acerca das condições sociais e econômicas desses sujeitos, aplicou-se um questionário socioeconômico com dez skatistas da “Praça do Disco Voador”, são eles: Ricardo Gonçalves Carneiro Junior, Tiago Brasil de Oliveira Santos, Júlio Machado Câmara Neto, Alex de Oliveira Lobato, Rômulo Petri Birschner, Ricardo Deodato Bandeira, Carlos Roberto Cavalcanti Filho, Felipe Augusto da Costa e Silva, Lucas Gabriel Ferreira de Araújo e Valdiperes de Moura Silva.

Constatou-se que todos os que participaram da pesquisa são do sexo masculino. Dos dez entrevistados, nove são maiores de idade, entre 18 e 35 anos. Cinco possuem

³⁸Obstáculo em formato de “L”.

³⁹Obstáculo composto por uma parte reta no centro e duas rampas nas extremidades.

entre 18 e 25 anos, quatro têm entre 29 e 35 anos, e um possui 17 anos. No que se refere ao bairro de residência, verificou-se que, dos dez entrevistados, quatro moram em Ponta Negra, dois residem em Nova Parnamirim, um mora em Nova Descoberta, um reside em Neópolis, um mora em Lagoa Nova, e outro reside em Parnamirim. É possível afirmar que, na Praça do Disco Voador, predomina skatistas de bairros da zona sul da Natal.

No tocante a ocupação, dos dez entrevistados, seis são estudantes e quatro possuem emprego fixo. Dentre os que estudam, quatro cursam o ensino médio, e dois são universitários. Dentre os que trabalham, um respondeu ser vigilante terceirizado, outro é representante comercial de marcas de surf, um mencionou ser garçom de uma lanchonete na praia de Ponta Negra, e outro trabalha como analista de sistemas.

Em Ponta Negra existem muitos skatistas que não nasceram em Natal, mas que por diferentes circunstâncias, vieram morar na cidade. Dos dez que participaram do estudo, cinco responderam ser Natal, e cinco são de outros estados. Dos cinco skatistas que nasceram em outros estados, dois são de São Paulo, um de Belém do Pará, outro mencionou ser do Maranhão, e um nasceu no Espírito Santo. Conclui-se, com isso, que, em Ponta Negra, não há uma predominância de skatistas nascidos em Natal, como é comum perceber em outros picos de skate da cidade.



Figura 8: Skatistas da Praça Henrique Carloni, 2015. Fonte: Arquivos pessoais de Rodrigo Balza Moda.

Outro pico de skate de Natal é a Praça André de Albuquerque, localizada no centro da cidade. O local é mais conhecido pelos frequentadores como, Praça Vermelha. A Praça André de Albuquerque é um dos picos de skate mais antigos da cidade. Nos anos 90, foi um importante local de encontro para skatistas de diferentes regiões de Natal, praticantes da modalidade street. No fim dos anos 90, começo dos 2000, houve, com certa regularidade, inúmeros campeonatos realizados na Praça Vermelha. No entanto, atualmente, apenas skatistas que residem próximos ao local frequentam o espaço. Ao contrário da Praça Henrique Carloni, não é possível encontrar skatistas na Praça Vermelha todos os dias.

De acordo com alguns frequentadores, os skatistas se reúnem, principalmente, nas terças, quartas, sextas, sábados e domingos. Alguns skatistas, que moram próximo à praça, guardam em suas residências obstáculos como trilhos e caixotes, que nos dias das sessões, são postos no centro da praça. Ao contrário do Disco Voador, não foi construído um espaço específico para a prática do skate na Praça Vermelha. Os skatistas utilizam, sobretudo, o chão liso e os bancos do local para efetuarem as manobras.

Aplicou-se o mesmo questionário socioeconômico com oito skatistas da Praça Vermelha, são eles: Douglas Vicente da Silva, Allyson Matheus da Silva, Cayo Lucas Batista de Paiva, Israel Rocha de Lima, Cleyton Ildefonso Vieira dos Santos, Caio Alexandre Oliveira Rodrigues e Matheus de Lima Rocha.

Constatou-se que todos os entrevistados são homens. No que concerne à idade, cinco possuem entre 13 e 17 anos, e três possuem entre 19 e 23 anos. No tocante ao bairro de residência, constatou-se, assim como no caso da Praça Henrique Carloni, que todos os skatistas da Praça Vermelha moram em bairros próximos ao local onde desempenham a atividade. Estes sujeitos são residentes, sobretudo, de bairros da zona leste de Natal. Dois dos entrevistados disseram morar em Areia Preta, bairro próximo à Mãe Luiza. Outros dois responderam que moram nas Quintas. Um respondeu residir em Mãe Luzia. Outro mora no bairro do Alecrim. Um dos oito entrevistados mencionou que reside nas Rocas e, por fim, outro respondeu residir no Vale Dourado, bairro da zona norte de Natal.

No que se refere à ocupação destes sujeitos, percebeu-se que predominam estudantes, sobretudo, secundaristas. Todos os entrevistados responderam estudar em escolas estaduais e municipais, todas localizadas no centro da cidade. Três dos oito

entrevistados responderam que, além de estudar, também trabalham. No entanto, foi possível perceber, a partir de alguns depoimentos, que a maioria destes não possui emprego fixo. Ao contrário da Praça Henrique Carloni, percebe-se um número menor de skatistas que frequentam a Praça André de Albuquerque. Todos os entrevistados nasceram em Natal.



Figura 9: Skatistas da Praça Vermelha, 2015. Fonte: Arquivos pessoais de Rodrigo Balza Moda.

Além das Praças Henrique Carloni e André de Albuquerque, o Presépio de Natal, localizado no bairro de Candelária, zona sul da cidade, tornou-se um importante pico de skate da capital potiguar. Esse espaço foi projetado pelo arquiteto Oscar Niemeyer nos anos 1990, e foi destinado para a realização da feira multicultural da cidade. No entanto, o espaço ficou abandonado. Foi então que os skatistas decidiram colocar obstáculos no local. Atualmente, adeptos do skate e do patins compartilham o espaço do Presépio de Natal. Por se tratar de um lugar localizado em um bairro de fácil acesso, skatistas de diferentes regiões da cidade frequentam o espaço diariamente. Entretanto, nos finais de semana e feriados, são os dias em que há mais frequentadores. Pode-se perceber, no Presépio de Natal, a presença de skatistas de bairros do centro, da zona sul e da zona norte, além de Parnamirim e outras regiões. Atualmente, este local tornou-se um dos picos de skate mais frequentados da cidade. Em média, de cinquenta à cem pessoas frequentam o espaço, sobretudo nos finais de semana.



Figura 10: Presépio de Natal, 2015. Fonte: Arquivos pessoais de Rodrigo Balza Moda.

A quadra de esportes do Conjunto Santa Catarina, localizada na zona norte, assim como as Praças Henrique Carloni, André de Albuquerque e o Presépio de Natal, é outro importante pico de skate da capital potiguar. Desde os anos 1990, os skatistas frequentam este espaço. Atualmente, assim como na Praça Henrique Carloni, foram construídos obstáculos de cimento no local. O espaço conta com duas rampas, um caixote, além de corrimãos de ferro. A maior parte dos frequentadores reside em bairros da zona norte da cidade.

Aplicou-se o mesmo questionário socioeconômico com seis skatistas da quadra de esportes do Conjunto Santa Catarina, são eles: Caio Vinicius Romão de Moura, Mateus de Moura dos Santos Schneider, Isaac de Oliveira de Azevedo, Willian Marchetto de Mendonça, Matheus Anderson Guimarães Gadelha e Davi Rodrigues Silva.

Constatou-se que todos são do sexo masculino. No que diz respeito à idade, dos seis skatistas que participaram do estudo, cinco são menores, com idades entre 13 e 17 anos. Apenas um possui 20 anos. No que tange ao local de moradia, a maioria dos skatistas da quadra do Conjunto Santa Catarina reside próximo a este local, sobretudo em bairros da zona norte de Natal, tais como, Vale Dourado, Soledade II, Conjunto Jardim das Flores, Igapó, e Conjunto Santa Catarina. Apenas um dos entrevistados respondeu residir nas Quintas, bairro da zona leste da cidade. No que se refere à

ocupação desses sujeitos, dos seis que responderam o questionário, quatro disseram ser estudantes secundaristas. Apenas dois mencionaram ter empregos fixos. Um destes disse trabalhar como telemarketing do call-center, o outro mencionou trabalhar em uma distribuidora de farinha, localizada na zona norte.

Com isso, pode-se concluir que a maioria dos skatistas da quadra do conjunto Santa Catarina são estudantes secundaristas, que não possuem empregos fixos. Assim como em outros picos de skate de Natal, a maioria dos skatistas da quadra do conjunto Santa Catarina mora perto deste espaço.



Figura 11: Skatistas da Quadra do Conjunto Santa Catarina, 2015. Fonte: [facebook.com/comunidadeskatezonanorte](https://www.facebook.com/comunidadeskatezonanorte).

Embora existam outros, estes são, grosso modo, os principais picos de skate da capital potiguar. Estes espaços foram construídos pela iniciativa dos próprios skatistas, sem apoio de órgãos municipais e estaduais, tais como, Prefeitura e Governo do Estado. Em razão da falta de locais apropriados para o skateboard em Natal, os skatistas ressignificam diferentes espaços formais da cidade. Atualmente, estes locais são frequentados diariamente, mas são nos finais de semana em que é possível perceber um número maior de skatistas.

Além disso, é digno de nota mencionar que há uma clara diferença socioeconômica entre os skatistas que frequentam estes locais. Enquanto em picos da zona sul, os skatistas se caracterizam, sobretudo, por pertencerem à classe média, na zona norte e no centro, percebe-se que a maior parte dos skatistas é de camadas baixas.

Esse contraste de classe pode ser percebido a partir do consumo de produtos entre esses sujeitos.

Enquanto a maioria dos skatistas da zona sul adquire e utiliza mercadorias importadas, compradas pela internet ou em lojas locais, skatistas do centro da cidade, Parnamirim e zona norte, utilizam produtos nacionais, adquiridos, principalmente, em lojas locais. O acesso aos bens é determinado pelas condições socioeconômicas desses indivíduos. Em certos lugares, como no caso do Presépio de Natal, coabitam skatistas de classe média e camadas baixas, em razão de aquele espaço ser frequentado por skatistas de diferentes regiões da cidade. Com isso, pode-se concluir que há um contraste de classe em relação às regiões onde o skate é praticado em Natal. É correto dizer que o universo da prática do skate na cidade é extremamente desigual. Os skatistas em Natal não vivenciam o universo da prática do skate de forma idêntica. Enquanto alguns podem adquirir diferentes produtos, outros lutam para adquirir peças e equipamentos.

2.3 O mercado do skate na capital potiguar: lojas locais e a internet

Apesar de haver muitos estabelecimentos que comercializam produtos para a prática do skate em Natal, poucas lojas são especializadas. Centauro, Ecológica, Fish Natal Shopping e Sport Mix, são algumas lojas que prestam serviços para skatistas na cidade. No entanto, estes estabelecimentos não são especializados em skate. Atualmente, Natal possui quatro skateshops: a Lee Boards, a Only Skateshop, a World Flip, e a Dantas Skate Tatto. Para a aquisição dos equipamentos e acessórios, os skatistas utilizam ou os serviços dessas lojas locais, ou recorrem ao comércio virtual, nacional, e até mesmo, internacional.

A Fish é uma marca de confecções para surfe, criada em Recife/PE, no início dos anos 2000. A empresa possui dois sócios-proprietários, são eles: Robênio e Cleiton. Após a criação da marca, os empresários inauguraram uma loja física em Recife. Em 2014, a empresa abriu uma filial em Natal. O proprietário dessa filial chama-se, Fabio. A Fish fica localizada no Natal Shopping, situado na Av. Senador Salgado Filho, bairro de Candelária, zona sul da cidade. A loja foi inaugurada em agosto de 2014, e funciona de segunda a sábado, das 10:00h às 22:00h. Domingos e feriados, das 14:00h às 21:00h. O espaço físico da Fish Natal é alugado. A loja possui quatro funcionários: três

vendedores e um gerente. Todos os funcionários são do sexo feminino. As vendedoras da loja são: Yasmin Brasil, Heloisa e Keila. A gerente chama-se Mayara.

A loja comercializa vestuário, calçados, peças e acessórios para surfe e skate. As marcas de sufe são as nacionais: Tropical Brasil, Free Surf e Fish. As de skate são as nacionais e importadas: Element, Crail Trucks, Agacê, Black Label, Oxen, Vintage, Sector Nine, Moska, Everlong, Oüs, Moog, Urgh, Joker, Millys e Solo. Os produtos comercializados são adquiridos através de sites de distribuidoras ou representantes comerciais. O valor das mercadorias varia em relação às marcas. O preço dos tênis cambia entre R\$ 150,00 e R\$ 250,00. Os shapes custam de R 90,00 a R\$ 150,00. Os clientes da loja são, em sua maioria, jovens do sexo masculino.



Figura 12: Fish Natal Shopping, 2015. Fonte: facebook.com/fishnatalshopping.

Assim como a Fish, a Sport Mix é uma loja que presta serviço para os skatistas, mas não pode ser considerada um estabelecimento especializado na prática do skate, pois comercializa artigos esportivos outras modalidades, sobretudo, produtos para diferentes artes marciais. A Sport Mix localiza-se no Shopping 10, situado na Rua Leonel Leite, bairro do Alecrim. O estabelecimento foi inaugurado em 2008, e funciona de segunda a sábado, das 08h às 18h. O espaço físico da Sport Mix é alugado. A empresa possui um proprietário e dois funcionários que recebem um salário comercial. O proprietário chama-se Alexon, e os funcionários são: Jean e Raissa.

O estabelecimento comercializa vestuário e artigos esportivos para luta e skate. A loja trabalha com as seguintes marcas de skate: Drop Dead, Dmx, Vibe, Cisco, Crail, Santa Cruz, Independent, Sk8Mafia, Agacê, Solo e Next. O preço dos produtos varia de acordo com as marcas e o tipo de peça. Os Shapes custam de R\$89,00 à R\$321,00. Rodas cambiam de R\$94,00 à R\$213,00, e trucks vão de R\$89,00 à R\$ 429,00. O proprietário da loja adquire os produtos mediante representantes comerciais. Cada representante é responsável pela distribuição de certas marcas. Conforme informações disponibilizadas pelo vendedor Jean, 23 anos, os produtos de skate mais vendidos na loja são shapes. A grande maioria dos clientes são jovens do sexo masculino. A Sport Mix patrocinou durante algum tempo dois skatistas de Natal, são eles: Rômulo “Anjinho” e Flávio Esteban. No entanto, devido a queda no movimento de cliente, estes patrocínios foram cortados. A Sport Mix não organiza eventos de skate, nem de luta na cidade, mas patrocina, principalmente, torneios de artes marciais.



Figura 13: Sport Mix, 2015. Fonte: Arquivos pessoais de Rodrigo Balza Moda.

Outra importante loja de skate de Natal é a Lee Boards – Skate, Surfe e Arte, de propriedade do skatista Henrique Harrop. Em 2013, o proprietário, junto com os skatistas, Daniel “Necrose” e “Tampa Jr.”, abriram uma loja física na Rua João Olímpio, bairro de Petrópolis, zona leste de Natal, que funcionou durante um ano. Em dezembro de 2015, a Lee Boards é reaberta, agora no Shopping Cidade Jardim, bairro de Capim Macio, zona sul de Natal. Além da loja física, a empresa possui um skatepark

particular com obstáculos de madeira, que diariamente é alugado para os skatistas. A Lee Boards comercializa artigos esportivos para skate, surfe e materiais de arte urbana (sprays, tintas, canetas, etc.).

O estabelecimento funciona de segunda a sábado, das 10:00h às 21:00h, e aos domingos, das 14:00h às 21:00h. O espaço físico da loja é alugado. A Lee Boards possui um proprietário, três vendedores e um gerente. Os vendedores são: Evandro Jr., Vivian e Isadora. O gerente chama-se, Fabrício Jr, mais conhecido pelos skatistas como “Tampa”. A Lee Boards fornece uma variedade de artigos esportivos para skate. É possível encontrar quase todas as marcas do mercado nacional e internacional da atividade no estabelecimento. Todas as peças e diversos acessórios como tênis, bonés, óculos, meias, gorros e mochilas são vendidos na Lee Boards.

A empresa comercializa as marcas nacionais: Crail Trucks, Agacê, HAHAHA, Skate até morrer, Future, Cisco, Solo, Metalum, Vida Libre, Oüs, Drop Dead, Moog, entre outras. Marcas importadas, como Blind, Cliché, Toy Machine, Foundation, Independent, Spit Fire, Bones, Ricta, Allien Workshop, Habitat, Five Boro, Creature, Baker, Death Wish, entre outras, também são comercializadas na Lee Boards. Os valores das mercadorias variam de acordo com o tipo de produto e marca. Os shapes de marcas nacionais variam de R\$ 80, 00 à R\$ 110, 00, os importados entre R\$ 150,00 e R\$ 300,00. Os tênis comercializados são, principalmente, de marcas nacionais, como Freeday, Drop Dead e Oüs. O preço cambia entre R\$ 150,00 e R\$ 290,00.



Figura 14: Lee Boards, 2015. Fonte: facebook.com/leeboards.

Para a aquisição e comercialização dos produtos, a Lee Boards estabelece contatos com distribuidoras e importadoras nacionais, que distribuem peças nacionais e importadas. Cada distribuidora trabalha com um conjunto de marcas. Distribuidoras diferentes não comercializam as mesmas marcas. A Lee Boards mantém contato com as distribuidoras: Supa, Way Back, Plimax, Brutus e Dwidle Brasil. Dentre essas, a Plimax, a Way Back e a Dwidle Brasil comercializam marcas importadas. A Lee Boards faz contato com os fornecedores por meio de sites e representantes comerciais. A empresa possui como representantes comerciais: Elias Maradona (Cisco, Oüs e Plimax) e François Severt (Supa e Plimax). Após a aquisição das mercadorias mediante os representantes e sites de fornecedores, a loja passa a comercializar os produtos.

As mercadorias mais vendidas são materiais para skate, a exemplo tênis e peças. Em razão do valor, as marcas mais vendidas são as nacionais, e as menos comercializadas são as importadas. Os fatores que definem a escolha dos produtos geralmente é o valor. Em média, de três a dez pessoas frequentam a loja diariamente, dependendo do dia e da época do mês. Entre quarta e sábado é possível perceber um maior número de clientes. Os clientes são, em sua maioria, jovens e crianças do sexo masculino.



Figura 15: Skatepark da Lee Boards, 2015. Fonte: facebook.com/leeboards.

A Lee Boards, diferente da Fish, patrocina quatro skatistas da cidade, são eles: Ricardo Gonçalves, Paulo Henrique, Tiago Brasil e Juan Machado. Além destes, os skatistas, Thibor Caldas e Diogo Almeida, possuem apoio da loja. A empresa fornece

para esses skatistas, material de todos os tipos, desde *shapes*, rodas, *trucks*, tênis, até acessórios mais básicos, como roupas, bonés, entre outros. Além disso, a Lee Boards contribui com doações de dinheiro para construção de obstáculos na cidade, como em Ponta Negra, onde a loja ajudou a financiar a construção da *fun-box* da Praça do Disco Voador. Atualmente, a Lee Boards é considerada a maior skateshop de Natal.

Além da Fish e da Lee Boards, a Only Skateshop é outra loja de skate de Natal. Em 2014, o skatista Lucas Seleguini abriu uma loja virtual de alcance nacional. Em maio de 2015, o proprietário abriu uma loja física em uma galeria localizada na Rua Senador Salgado Filho, próximo ao shopping Midway Mall. Atualmente, tanto a loja física quanto a virtual estão funcionando. A loja física funciona de segunda a sexta, das 10:00h às 19:00H, e aos sábados, das 10:00h às 14:00h. A empresa Only Skateshop comercializa artigos e vestuário para skate das marcas: Drop Dead, Freeday, Myllys, Black Sheep, Flip, Future, Thrasher, Element, Plan B, DC Shoes, Emerica, Brutus, Clamp, Zoo York, Bones, Moska, Crail, Independent, Blind, Anti-Hero, Agacê, Toy Machine, entre outras.

Para adquirir os produtos, o proprietário mantém contato com distribuidoras e representantes. Alguns representantes da Only são Elias Maradona e François Severt. Os preços das mercadorias variam de acordo com o tipo de produto e marca. Rolamentos, por exemplo, custam entre R\$15,00 e R\$110,00. Shapes variam de R\$75,00 à R\$300,00. Tênis de R\$150 à R\$300,00. E roupas de R\$50,00 à R\$200,00. Diferente de outras skateshops de Natal, a Only não possui funcionários. A empresa patrocina cinco skatistas, sendo quatro de Natal e um de João Pessoa, são eles: Nino Carlos, Matheus Barros, Diogo Paulo, Daniel Fernandes e Yuri Davidson.



Figura 16: Only Skateshop, 2015. Fonte: Arquivos Pessoais de Rodrigo Balza Moda.

Se não for mediante estas lojas locais, os skatistas da capital potiguar recorrem aos sites nacionais e internacionais para adquirir equipamentos e peças. Pode-se dizer que a internet está redefinindo o mercado do skate na cidade. Desde fins da primeira década dos anos 2000, muitos skatistas passaram a utilizar a internet para adquirir os produtos. Muitas vezes, isso proporciona a diminuição da importância das lojas locais, pois, em certos casos, comprar mercadorias em lojas virtuais sai mais barato do que adquirir os produtos em estabelecimentos locais.

No entanto, os serviços da internet são limitados a pequenos grupos de skatistas da cidade. É correto afirmar que o tipo de serviço prestado por lojas virtuais e sites é utilizado por skatistas com melhores condições socioeconômicas, ou seja, grande parte destes é de camadas médias e altas de Natal. Skatistas menos favorecidos recorrem às lojas locais para comprar produtos. Em razão de ser possível perceber diferenças de classes em relação aos diferentes lugares da cidade onde o skate é praticado, pode-se dizer que os skatistas da zona sul são os que mais utilizam os serviços da internet. Skatistas da zona norte e outras regiões, por serem menos favorecidos economicamente, utilizam lojas locais.

Diante disso, pode-se concluir que o universo da prática do skate em Natal é completamente dominado por empresas privadas. Ao contrário de outras cidades, a administração pública não incentiva de nenhuma forma os adeptos do skate. O skateboard em Natal se limita a iniciativa de alguns empresários locais, que realizam eventos, como campeonatos e encontros, de extrema importância para os skatistas. Em cidades como São Paulo-SP, João Pessoa-PB e Fortaleza-CE, parcerias público-privadas são realizadas, tais como, torneios, eventos e construção de pistas. Ao contrário de outras cidades do interior do Rio Grande do Norte, como Parnamirim, Ceará-Mirim, Macau e Mossoró, a Prefeitura e o Governo do Estado não possui uma agenda para os skatistas em Natal, que desde 1990, estão desprovidos de locais apropriados para a prática do skate. Apenas um skatepark foi construído até o momento.

Assim, pode-se dizer que o universo da prática do skate em Natal restringe-se aos interesses de um pequeno grupo de empresários, que realizam eventos, constroem espaços improvisados, entre outras coisas. A falta de locais públicos para a prática do skate na capital potiguar gerou uma série de insatisfações por parte dos skatistas, que passaram a reivindicar e a se organizar politicamente pela construção de um skatepark público. As manifestações e reivindicações por uma pista de skate em Natal serão comentadas no próximo capítulo.

3. MSP: O exercício da cidadania em sociedades globalizadas

A luta pela construção de um skatepark público em Natal não é um fenômeno recente. Há mais de vinte anos, os skatistas promovem diversos tipos de manifestações e tentativas de contato com políticos da cidade. Pode-se dizer que as mobilizações por um skatepark em Natal envolvem diferentes gerações de skatistas. A geração dos anos 80 deu início a essas manifestações que, durante a primeira década do século XXI, ganharam novos adeptos. Perguntado a respeito dos protestos organizados pelos skatistas nos anos 1980, Izeli Confessor do Nascimento, 54 anos, skatista da cidade, respondeu,

(...) a gente sempre fazia manifestações pacíficas. Colocávamos algumas rampas e corrimãos na frente da Prefeitura e em ruas movimentadas, e começávamos a andar. Púnhamos também algumas faixas com mensagens como: “queremos pista de skate”, e então chamávamos os jornais, que tiravam fotos da gente com as faixas, etc. Mas o que a gente vê é que os políticos não têm interesse de nada. Natal é a única capital do Brasil que não tem nada. E não adianta você querer ir de encontro. Na minha opinião, você tem que chegar junto de um padrinho político, de uma pessoa que queira, de fato, fazer. Porque só vai fazer se quiser, se eles quiserem, a exemplo de João Pessoa, a exemplo, aqui mesmo de Parnamirim, que o político, no caso, Agnelo, fez várias pistas de skate. (Entrevista cedida em 12/06/2015).

Durante a década de 1980, alguns desses protestos organizados pelas gerações mais antigas do skate em Natal resultaram na construção, em 1988, do “Half-pipe do Machado”, primeira pista pública da capital, mas que, atualmente, não existe mais. Entre 1980 e 1990, em razão do surgimento ainda que incipiente de um mercado especializado em skate na cidade, e com a construção de alguns espaços para a atividade, ocorreu um aumento considerável no número de adeptos da modalidade na capital.

Porém, na primeira década do século XXI, os espaços e as lojas de skate de Natal deixaram de existir. Os skatistas passaram, então, a enfrentar sérias dificuldades, tanto para adquirir peças e acessórios, quanto pelo fato de não possuírem um lugar apropriado na cidade. Foi diante desses problemas que, de 2007 a 2011, um grupo de skatistas e simpatizantes, sobretudo da zona sul da capital, se mobilizou para reivindicar, aos órgãos municipais, pela construção de um skatepark público em Natal. Esse caso ficou conhecido como, Movimento Skate Potiguar (MSP).

3.4 Movimento Skate Potiguar: demandas, participantes e ações

Das demandas e reivindicações

Indagado a respeito do que foi o Movimento Skate Potiguar, Alessandro Amaral, 41 anos, um dos organizadores dessas mobilizações, respondeu,

O MSP foi uma mobilização dos skatistas natalenses inconformados com a falta de locais adequados a prática do skate. O movimento surgiu da necessidade de um espaço destinado ao skate e isso fez com que fôssemos atrás dos nossos direitos como cidadãos. A sigla, MSP, também ficou conhecida como, “Movimento dos Sem Pista”. (Entrevista cedida em 25/06/2015).

A demanda por um local público apropriado para o skateboard era uma exigência coletiva dos integrantes do Movimento Skate Potiguar. A resposta de Lucas “Thunder”, 31 anos, acerca dos motivos que o levaram a participar do MSP, resume o anseio dos skatistas de Natal: “(...) minha principal motivação em participar do Movimento Skate Potiguar foi a vontade de se ter um lugar para que eu pudesse me reunir com meus amigos para praticar o esporte que eu gosto”. (Entrevista cedida em 20/06/2015).

Em uma reunião com os skatistas, realizada em 2010, no Presépio de Natal, Dalrivan Jorge, membro da Frente Parlamentar de Esporte, Cultura e Lazer, da Câmara Municipal dos Vereadores, proferiu um discurso que traz a tona algumas exigências do Movimento Skate Potiguar.

Nós, hoje, estamos fazendo esse evento para falar do movimento de skate aqui na cidade de Natal. Nós estamos reivindicando um skatepark, e estamos fazendo uma série de movimentos e de ações junto a toda a galera, e formalizando esse movimento para pedir esse skatepark, e não só o skatepark, pedir políticas públicas em prol dos skatistas de Natal. (Disponível em: www.youtube.com/msp2010, acessado em 20/02/2016).

O Movimento Skate Potiguar reivindicava pela construção de um skatepark público em Natal. Além dessa exigência, o movimento demandava incentivo governamental para os skatistas, tanto no que diz respeito à criação de espaços públicos, quanto no que se refere à organização de eventos e competições, locais e estaduais. As mobilizações por um skatepark público em Natal ocorreram durante o fim do primeiro mandato do Prefeito Carlos Eduardo (2002-2008), até o penúltimo ano do governo Mícarla de Sousa (2009-2012), e foram dirigidas, principalmente, aos órgãos municipais da cidade - Prefeitura e Câmara Municipal de Vereadores.



Figura 17: Movimento Skate Potiguar, 2010. Fonte: Arquivos pessoais de Elen Fechine.

Da organização e dos participantes

Apesar de o MSP ter sido um movimento de skatistas insatisfeitos com a inexistência de espaços públicos em Natal, sua organização envolveu pessoas que não eram adeptas do skateboard. Entre 2007 e 2011, Elen Fechini, moradora do bairro de Ponta Negra, juntamente com Alessandro Amaral, Ilzeli Confessor e Paulo Costa, skatistas veteranos da cidade, organizaram uma série de campeonatos, encontros e reuniões com lideranças políticas de Natal.

Elen era peça-chave do Movimento Skate Potiguar. Na época, ela se encarregou de marcar os encontros e mobilizar os skatistas, assim como os políticos. Como Elen possuía alguns contatos na cidade, passou a convidar políticos para conversar com os skatistas, e também marcou entrevistas com jornalistas e emissoras de TV locais para cobrir as manifestações. Por meio de uma comunidade do antigo Orkut, chamada, “Natal Skate”, Elen divulgava as datas dos protestos e das manifestações. Apesar de Elen ser uma pessoa importante na organização do movimento, ela não pode ser considerada a líder. O MSP era um movimento organizado por um grupo de pessoas que desempenhavam certas tarefas conjuntas. Nesse sentido, sua organização caracteriza-se, não pela existência de uma liderança centralizada, mas por uma rede de relações entre indivíduos que desempenhavam diferentes tarefas.

Embora o Movimento Skate Potiguar tenha reunido skatistas de diferentes regiões de Natal, a maioria dos organizadores, assim como dos que participaram dessas mobilizações, morava em bairros da zona sul da cidade, como Capim Macio, Ponta Negra, Neópolis, Candelária, Mirassol, entre outros. Na época, os integrantes do movimento eram, em sua maioria, homens, entre os 15 e 25 anos, todos de camadas médias urbanas. A maior parte dos membros do MSP eram estudantes secundaristas e universitários. Poucos eram os que possuíam empregos fixos. A grande maioria era filho de funcionários públicos e comerciantes da cidade.

Destacam-se, entre os integrantes do movimento, nomes como os de Raul Pacheco, Manuell Victor, Igor Fonseca, Lucas “Thunder”, João Paulo Confessor, Marcel Dias, Rafael Azevedo, Paulo Henrique Dias, Layan Soares Gomes, Airton Cavalcanti, Eduardo Figueiró, Anízio Souza, Daniel Fernandes, Igor Oliveira “Manivela”, Dário Fonseca, entre outros. Vale frisar que alguns destes nasceram em outros estados do Brasil, como Eduardo Figueiró, de Brasília, Lucas “Thunder”, nascido em Belo Horizonte, e Marcel Dias, natural de São Paulo. Apesar disso, predominavam pessoas nascidas em Natal.

Não é possível dizer, ao certo, quantos indivíduos participaram ou eram membros do MSP. O número de participantes variava de acordo com as mobilizações. Em média, de cinquenta a cem pessoas participavam das mobilizações do Movimento Skate Potiguar.

Das ações e mobilizações

Diversos tipos de manifestações e eventos foram promovidos pelos organizadores do Movimento Skate Potiguar. Entre 2007 e 2011, ocorreram reuniões com políticos como Miguel Weber, na época, secretário de esportes do município, Micarla de Souza, ex-prefeita de Natal, e Dalrivan Jorge, membro da Frente Parlamentar de Esporte, Cultura e Lazer, da Câmara Municipal dos Vereadores. Aconteceram, inclusive, reuniões comunitárias em Ponta Negra com a presença de alguns candidatos a vereador.

O Movimento Skate Potiguar organizou protestos em frente à Prefeitura de Natal, passeatas do bairro de Capim Macio para Ponta Negra, entrevistas em canais de TV locais, promoveu uma intervenção na inauguração de revitalização da Praça

Henrique Carloni, em Ponta Negra, onde o prefeito, na época, Carlos Eduardo, proferiu um discurso. O MSP também organizou manifestações em reuniões da Frente Parlamentar de Esporte, Cultura e Lazer, da Câmara Municipal dos Vereadores. Além disso, o movimento promoveu alguns campeonatos em quadras poliesportivas do bairro de Ponta Negra, com a intenção de evidenciar os problemas causados pela falta de espaços públicos para a prática do skate na cidade.

A primeira mobilização do Movimento Skate Potiguar (MSP) aconteceu no dia 20 de março de 2007, em frente à Prefeitura de Natal. Perguntado sobre o ocorrido, Lucas “Thunder” respondeu,

Eu me lembro de ter umas trinta pessoas. A gente parava o trânsito em alguns momentos e fazia barulho com megafones, apitos e gritos, até que uma hora alguém da prefeitura desceu e falou com a gente. Lembro que eu encaminhei essa pessoa para falar com os líderes do movimento. Recordo-me que estavam presentes, Izeli, Elen, Marcel Dias, Manuell, Alex Amaral e outros skatistas. Depois que os líderes entraram em acordo com o pessoal da prefeitura, saímos todos e nos reunimos na Praça André de Albuquerque, onde andamos de skate por cerca de uma hora e depois nos dispersamos. (Entrevista cedida em 20/06/2015).

Portando faixas e cartazes que diziam: “Natal precisa de um skatepark”, “Skatista também é gente”, “Prefeito, queremos nossa pista de skate prometida para Ponta Negra”, “É difícil ser atleta sem pista”, “Somos skatistas e temos direitos”, entre outras mensagens, cerca de trinta indivíduos fecharam o trânsito da Rua Ulisses Caldas por cerca de trinta minutos, fazendo barulho com apitos e gritando algumas frases como: “ã, ã, ã, skatista é cidadão!”, na tentativa de chamar a atenção das autoridades. Depois de algumas horas, o protesto supostamente surtiu efeito, pois “(...) a Secretaria do prefeito veio pessoalmente dizer que até segunda-feira seremos atendidos”⁴⁰. No entanto, o compromisso das autoridades não passou de promessas, esses indivíduos não foram sequer ouvidos.

⁴⁰Reportagem de Alessandro Amaral. Disponível em: www.sk8.com.br, acessado em 22/02/2016.



Figura 18: Protesto do MSP na Prefeitura de Natal, 2007. Fonte: Arquivos pessoais de Alex Amaral.

Em uma tarde de domingo do dia 11 de agosto de 2008, com o intuito de evidenciar as dificuldades enfrentadas pelos skatistas aos moradores do bairro de Ponta Negra, o MSP realizou seu segundo encontro, um campeonato na Praça Henrique Carloni, região sul da cidade. O evento, que ficou mais conhecido como o II Encontro dos Skatistas de Natal, contou com a organização de Elen Fechini, Paulo Costa e Alessandro Amaral. Elen conseguiu os patrocínios para as premiações e o carro de som. O campeonato contou com o apoio de Segundo Tatto Studio, que disponibilizou as premiações. Alessandro Amaral ficou encarregado de narrar o evento.



Figura 19: Campeonato organizado pelo MSP na Praça Henrique Carloni, 2008. Fonte: Arquivos pessoais de Elen Fechini.

No ano seguinte, outro campeonato seguido de uma reunião com Dalrivan Jorge, representante dos skatistas e membro da Frente Parlamentar de Esporte, Cultura e Lazer, da Câmara Municipal de Vereadores, foi realizado no dia 16 de agosto de 2009, na Praça Varela Barca, bairro de Ponta Negra. O evento foi nomeado de o III Encontro dos Skatistas de Natal, e contou, novamente, com a organização de Elen Fechini, Alessandro Amaral e Paulo Costa. Desta vez, a loja de artigos esportivos, Sport Mix, forneceu troféus e premiações para os skatistas. Na reunião, Dalrivan explicou como a Frente Parlamentar poderia auxiliar os skatistas na luta pela construção do skatepark.



Figura 20: Reunião do MSP com Dalrivan Jorge na Praça Varela Barca, 2009. Fonte: Arquivos pessoais de Elen Fechine.

Um ano após, Elen, com a colaboração de Marcel Dias, organizou o IV Encontro dos Skatistas de Natal, campeonato realizado no dia 21 de março de 2010, no Presépio de Natal, bairro de Candelária, zona sul da cidade. O encontro contou com a participação de cerca de cem pessoas, e foi apoiado, novamente, pela loja Sport Mix, que disponibilizou a premiação. Antes de dar início à competição, Dalrivan Jorge e Elen proferiram um discurso com o objetivo de mobilizar os skatistas para irem reivindicar pela construção da pista de skate pública na Câmara Municipal de Vereadores.

Foi então que, no dia 09 de junho de 2011, cerca de trinta skatistas, juntos com Elen, Alessandro Amaral, Ilzeli Confessor e Paulo Costa, participaram de uma reunião da Frente Parlamentar de Esporte, Cultura e Lazer, da Câmara Municipal de Vereadores, presidida pela vereadora, Sargento Regina, do PDT. Na ocasião, os skatistas tornaram públicas as demandas que possuíam. O pai do skatista Layan Gomes,

Dr. Luis Gomes, que tempos depois teve uma participação importante no movimento, proferiu um discurso denunciando a falta de incentivo governamental enfrentada pelos skatistas. O assunto que norteou a reunião foi a inexistência de um espaço público para a prática do skate em Natal. Os skatistas também pediram mais apoio aos parlamentares para minimizar o preconceito que enfrentavam na cidade. A Sargento Regina deu total atenção aos skatistas, ao ponto de pronunciar um discurso criticando o descaso da prefeitura em face aos problemas desses sujeitos⁴¹.



Figura 21: Skatistas na entrada da Câmara Municipal de Vereadores, 2011. Fonte: Arquivos pessoais de Elen Fechini.

Após o ato na Câmara Municipal de Vereadores, os organizadores do Movimento Skate Potiguar, sobretudo, Elen e outros skatistas envolvidos, a exemplo, Layan Gomes, Rafael Azevedo e Igor Fonseca, perceberam que o tipo de manifestações que estava sendo realizado não surtia os efeitos desejados. Os políticos não se manifestavam, e nenhuma das demandas, até o momento, tinha sido atendida. Foi então que, em meados de 2011, chega a Natal o skatista, Marcelo “Pedal Verde”, que propôs novas formas de mobilização para os integrantes do Movimento Skate Potiguar.

“Pedal Verde” é um skatista reconhecido nacionalmente por ser dono do recorde de distância percorrida em cima de um skate. Como Marcelo possuía contatos a nível nacional, tanto com a Confederação Brasileira de Skate (CBSK), quanto com políticos do país, ele propôs aos organizadores do MSP, o planejamento para a criação de

⁴¹Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=mbFaq-53vZE>, acessado em 24/02/2016.

diferentes associações municipais de skatistas no Estado. O argumento de “Pedal Verde” era o seguinte: com a abertura de associações de skatistas em diferentes cidades do Rio Grande do Norte, seria possível a criação de uma federação estadual que, por sua vez, poderia ser incentivada financeiramente por instituições de skate de alcance nacional, como, por exemplo, a CBSK. Ou seja, com a criação das associações, os skatistas iriam ter representatividade perante o estado.

Com o projeto de criação das associações, os organizadores do MSP visavam garantir maior autonomia dos skatistas em relação aos órgãos municipais de Natal. Assim, as lutas do movimento passaram dos protestos e manifestações em ruas e órgãos municipais para os trâmites legais da jurisprudência. Diante dessa nova proposta de atuação, os organizadores do MSP passaram a visitar várias cidades do Estado, na tentativa de difundir o projeto das associações municipais para outros skatistas. De acordo com Layan Soares Gomos, 21 anos, integrante do MSP,

(...) íamos de carro onde tivesse um foco de participação de skate, como Mossoró e Caicó, para incentivar os skatistas das cidades a criarem associações, para que as diferentes associações das cidades fossem unidas por uma federação estadual. Aqui em Natal a gente abriu uma associação. Fomos atrás de assinaturas da galera para compor a diretoria e fundamos a associação. A questão é que isso foi em 2011, e o movimento já estava perdendo um pouco de força quando veio surgir a fundação dessa associação. Muitos nem sabem que existe realmente uma associação. Quem deu o incentivo jurídico foi meu pai. Eu fui atrás para colher as assinaturas. Peguei as assinaturas de Raul, Paulo Henrique Dias, Elen, Ilzeli, Ademar da zona norte e outros. A gente tentou pegar assinaturas de pessoas em lugares dispersos da cidade para ser representativo. (Entrevista cedida em, 18/07/2015).

Uma das últimas formas de mobilização do Movimento Skate Potiguar foi a criação da Associação Natalense de Skate (ANSK). Na época, Elen ficou encarregada de presidir a instituição. No entanto, atualmente, a associação está inativa. Após a criação da ANSK, houve uma descentralização dos organizadores do MSP, que resultou no fim do movimento. Um dos motivos que contribuíram para o fim do Movimento Skate Potiguar está relacionado ao constante desgaste de seus integrantes em razão de não obterem êxito em seus objetivos. Além disso, ocorreram alguns desentendimentos entre os organizadores, que foi decisivo para o término do MSP. Nenhuma das reivindicações do Movimento Skate Potiguar foi atendida pelos políticos de Natal.

3.2 Política e Cidadania entre skatistas da capital potiguar

Levando em consideração algumas características do MSP apresentadas acima, pode-se argumentar que, além desse movimento expressar uma nova forma de fazer política e de reivindicar por direitos, ele também reflete certos aspectos dos efeitos políticos da globalização nas sociedades contemporâneas. Em razão da natureza de suas demandas e de suas formas de mobilização, o Movimento Skate Potiguar pode ser entendido como um tipo de ativismo político que está inserido em um conjunto mais amplo de movimentos sociais, que se acentuam desde 1960 e 1970, identificados através do termo, Novos Movimentos Sociais (NMS).

De acordo com a socióloga Maria da Glória Gohn (2008), é possível estabelecer uma diferenciação entre os “Velhos Movimentos Sociais” e os “Novos Movimentos Sociais”. A autora explica que os “Velhos Movimentos Sociais” se organizam mediante interesses de classe ou nacionais, e atuam a partir de mecanismos tradicionais de representação, como os partidos, os sindicatos, as assembleias, etc. O exemplo mais conhecido desse tipo de movimentos sociais são os movimentos operário-sindical do começo do século XX, organizados a partir do mundo do trabalho e da produção. Já os “Novos Movimentos Sociais” se caracterizam pela ausência de uma base classista e nacional. Em contrapartida, estruturam-se a partir de causas específicas do cotidiano dos militantes, e atuam mediante ações diretas para garantir direitos sociais.

Conforme Gohn, a organização e a proliferação dos Novos Movimentos Sociais estão relacionadas com a crise de credibilidade dos canais convencionais de participação nas democracias ocidentais. Para a autora, há uma tendência nos Novos Movimentos Sociais em transcender os referenciais de classe e nação. Nesse sentido, esse tipo de movimentos sociais envolve a emergência de novas dimensões da identidade. Além disso, há, nos Novos Movimentos Sociais, o uso de táticas radicais de mobilização e resistência que diferem fundamentalmente das utilizadas pelos movimentos de classe e nacionais. Esse tipo de movimentos sociais se organiza de forma difusa, segmentada e descentralizada, ao contrário dos partidos de massa tradicionais, centralizados e burocratizados.

Os Novos Movimentos Sociais recusam a política de cooperação entre as agências estatais e os sindicatos, e estão mais preocupados em garantir direitos sociais – existentes ou a ser adquiridos. Os Novos Movimentos Sociais usa a mídia e as atividades de protestos para mobilizar a opinião pública a seu favor, como forma de pressão sobre os órgãos e políticas estatais. Por meio de ações diretas, buscam promover mudanças nos valores dominantes e alterar situações de

dominação, principalmente dentro de instituições da própria sociedade civil. (...) As lideranças continuam a ter importante papel nos Novos Movimentos Sociais. Mas elas são apreendidas atuando em grupos, formando correntes de opiniões. Não há lugar nesta estrutura para os velhos líderes oligárquicos, que se destacavam por sua oratória, por seu carisma e poder sobre os seus liderados. Disto resulta que os movimentos passaram a atuar mais como redes de troca de informações e cooperação em eventos e campanhas. (GOHN, 2008, p. 125).

Como explica a antropóloga Gisela Taschner (2010), os Novos Movimentos Sociais estão relacionados às formas de reivindicação pelos chamados, direitos de terceira geração, ou seja, aqueles que dizem respeito a interesses difusos, por exemplo, a questão ambiental, a qualidade de vida, as demandas de jovens, estudantes, negros, mulheres, homossexuais, consumidores, etc.

O Movimento Skate Potiguar (MSP) é um tipo de ativismo político de um grupo específico de pessoas que se identificam como “iguais”, não por pertencerem a uma mesma classe ou nação, mas por desempenharem uma prática social comum: o skateboard. Reivindicar pela construção de uma pista de skate é uma forma de fazer política que não possui qualquer relação com demandas de classe ou nacionalidade. O MSP é uma forma de manifestação coletiva específica de um grupo de pessoas que compartilham a prática de uma atividade esportiva estritamente relacionada com o cotidiano das cidades, e caracterizada pela adesão de um segmento social em particular, jovens, sobretudo do sexo masculino. Nesse sentido, esse movimento apresenta certas características que o particularizam em relação a movimentos sociais tradicionais, como o movimento operário-sindical.

Sua forma de organização e atuação transcende o antigo modelo de movimentos sociais do começo do século XX, organizados a partir de exigências classistas e nacionais, e que atuavam mediante mecanismos tradicionais de representação (partidos, sindicatos, assembleias, etc.). O Movimento Skate Potiguar se estruturou mediante causas específicas do cotidiano de seus integrantes, sobretudo a falta de espaços públicos para o skate em Natal. Esse movimento não utilizava, em suas ações, nenhum mecanismo tradicional de representação. Em contrapartida, realizava ações diretas em ruas, praças, órgãos públicos municipais, e utilizava a mídia como forma de garantir representatividade perante as autoridades locais.

O MSP não possuía uma liderança centralizada. Existia um conjunto de pessoas que organizavam suas ações. Esse movimento se caracteriza por ser composto de jovens, sobretudo do sexo masculino. Sob esse enfoque, pode-se dizer que a construção de uma pista de skate pública em Natal é uma demanda de um segmento social específico da cidade: a juventude. Nesse sentido, é correto dizer que o Movimento Skate Potiguar se diferencia radicalmente dos chamados, Movimentos Sociais Tradicionais. Estes e outros aspectos acabam por caracterizar o MSP enquanto um tipo de manifestação coletiva, que pode ser entendida como um exemplo do que se convencionou chamar de Novos Movimentos Sociais.

De acordo com Gohn (2008), a teoria dos Novos Movimentos Sociais caracteriza-se pelo estudo de movimentos sociais num *approach* mais construtivista, tomando como base movimentos diferentes dos estudados pelo paradigma clássico marxista. A teoria dos Novos Movimentos Sociais se deteve no estudo de movimentos de estudantes, jovens, mulheres, gays, lésbicas, e em todo o universo das questões de gênero, das minorias raciais e culturais.

Conforme a autora, a teoria dos Novos Movimentos Sociais postula um diagnóstico das manifestações coletivas contemporâneas, que geraram tipos específicos de movimentos sociais e a demarcação de suas diferenças em relação ao passado. Estes movimentos, por sua vez, geraram certas mudanças significativas, tanto na sociedade civil, como na política. Gohn explica que a teoria dos Novos Movimentos Sociais, que possui como expoentes os trabalhos de Touraine, Offe, Melucci, Laclau e Mouffe, parte de uma inadequação do paradigma tradicional marxista para a análise de movimentos sociais que passaram a ocorrer na Europa a partir dos anos 1960. Essa teoria faz uma crítica aos esquemas utilitaristas e as teorias baseadas na lógica racional e estratégica de atores. Os teóricos dos Novos Movimentos Sociais criaram esquemas interpretativos que enfatizam a cultura, a ideologia, as lutas sociais cotidianas, a solidariedade entre as pessoas de um grupo ou movimento social, e o processo de construção de identidade gerado.

Segundo Gohn, a teoria dos Novos Movimentos Sociais é um modelo explicativo baseado na cultura. Essa abordagem transcende a visão funcionalista da cultura como um conjunto fixo e predeterminado de normas e valores herdados do passado. De acordo com a autora, apesar de os teóricos dos Novos Movimentos Sociais

trabalharem com bases marxistas dos conceitos de cultura e ideologia, eles transcendem a noção clássica de ideologia como falsa representação do real e de cultura como instrumento de domesticação e dominação. O paradigma dos Novos Movimentos Sociais é uma teoria que se constituiu a partir da negação do marxismo como campo teórico capaz de dar conta da explicação da ação dos indivíduos e, por conseguinte, da ação coletiva da sociedade contemporânea como, de fato, ocorre.

(...) o marxismo foi descartado porque trata da ação coletiva apenas no nível das estruturas, da ação das classes, trabalhando num universo de questões que prioriza as determinações macro da sociedade. Por isso o marxismo não daria conta de explicar as ações que advêm de outros campos, tais como o político e, fundamentalmente, o cultural; o que ocorre é uma subjugação desses campos ao domínio do econômico, matando o que existe de inovador: o retorno e a recriação do ator, a possibilidade de mudança a partir da ação do indivíduo, independente dos condicionamentos das estruturas. O novo paradigma elimina também o sujeito histórico redutor da humanidade, predeterminado, configurado pelas contradições do capitalismo e formado pela consciência autêntica de uma vanguarda partidária. Ao contrário, o novo sujeito que surge é um coletivo difuso, não hierarquizado, em luta contra as determinações de acesso aos bens da modernidade e, ao mesmo tempo, crítico de seus efeitos nocivos, a partir da fundamentação de suas ações em valores tradicionais, solidários, comunitários. A nova abordagem elimina a centralidade de um sujeito específico, predeterminado, e vê os participantes das ações coletivas como atores sociais. (GOHN, 2008, p. 122).

Conforme Gohn, a política ganha centralidade e é totalmente redefinida na teoria dos Novos Movimentos Sociais. Assim, ela deixa de ser entendida como um nível numa escala em que há hierarquias e determinações, e passa a ser compreendida como uma dimensão da vida social, abarcando todas as práticas sociais cotidianas. Nesse sentido, a noção de política na teoria dos Novos Movimentos Sociais é utilizada, principalmente, no âmbito das relações microsociais e culturais, ao contrário do paradigma clássico marxista.

Conceber um skatepark como um direito legítimo, e reivindicar pela garantia disso, pode ser entendida como uma nova forma de fazer política, organizada não mediante interesses de classe e nacionalidade, mas a partir da adesão à cultura do skate, produzida e difundida por empresas transnacionais e pelos meios de comunicação de massa. Num contexto histórico-social marcado pela globalização, no qual as sociedades caracterizam-se por uma acentuada heterogeneidade cultural, as políticas não se limitam unicamente às questões de âmbito nacional, racial, de gênero e classe social. Nesta conjuntura social, percebe-se uma relação intrínseca entre cultura e política.

Devido à proliferação de novas práticas culturais e sistemas de significação, surgidas a partir do desenvolvimento do mercado capitalista e do consumo globalizado, outras questões e interesses coletivos, que não tem quaisquer relações com exigências de classe e nacionalidade, ganham dimensão política.

Pode-se dizer que o Movimento Skate Potiguar exprime aspectos importantes do que Stuart Hall (2005) identificou como as “consequências políticas” da fragmentação das identidades na modernidade tardia. Em seu estudo, o autor explica que um tipo específico de mudança estrutural nas sociedades do final do século XX está deslocando os referenciais de classe, nacionalidade, gênero, raça e etnia, que davam estáveis localizações aos indivíduos em sociedade. Essas mudanças estão abalando os quadros de referência cultural que configuravam as identidades e organizavam a participação política dos indivíduos. O processo de deslocamento dos indivíduos de seus vínculos sociais “tradicionais”, o autor denomina de “descentração do sujeito”.

Para Hall, a globalização é entendida como um conjunto de processos e forças de mudanças, que tem como aspecto principal, a descentralização dos indivíduos de seus referenciais sociais tradicionais. Do ponto de vista dessa abordagem, em razão do fenômeno de compressão espaço-tempo, aspecto central da globalização, os indivíduos foram deslocados destes referenciais. Com isso, a identidade do sujeito moderno, entendida como unificada e centralizada, tornou-se fragmentada. Hall argumenta que uma das consequências da pluralização das identidades na modernidade tardia foi a fragmentação da paisagem política das sociedades contemporâneas.

Para exemplificar seu argumento, o autor apresenta o caso do juiz Clarence Thomas, indicado pelo presidente George Bush, em 1991, para integrar a Suprema Corte americana. Como explica Hall, Thomas era um juiz negro de posições políticas conservadoras, que durante as eleições do Senado norte-americano, foi acusado de assédio sexual por uma colega de trabalho, chamada, Anita Hill. A partir desse caso, Hall mostra como o eleitorado americano se dividiu a respeito da candidatura de Thomas. Segundo o autor, alguns negros, que se basearam em questões raciais, apoiaram Thomas porque ele era negro. Outros negros se opuseram a ele baseados na questão sexual ou por causa de sua posição política conservadora. Por sua vez, as mulheres negras também ficaram divididas. Algumas apoiaram Thomas por questões raciais, enquanto outras eram contra o juiz por se basearem em questões sexuais. As

feministas se opuseram ao juiz tendo como base a questão sexual, enquanto algumas mulheres brancas conservadoras o apoiaram por sua posição política e pelo fato de Thomas ser contra o feminismo, e assim por diante.

Tomando como exemplo o caso do juiz Clarence Thomas, Hall argumenta que as políticas dos grupos sociais, em sociedades globalizadas, deixam de ser embasadas por “identidades singulares”, a exemplo, classe, nação, gênero, etnia, e passam a ser orientadas por diferentes identidades que os indivíduos adquirem, muitas vezes, contraditórias, configuradas mediante as diferentes posições e práticas que estes assumem em sociedade.

As pessoas não identificam mais seus interesses sociais exclusivamente em termos de classe; a classe não pode servir como um dispositivo discursivo ou uma categoria mobilizadora através da qual todos os variados interesses e todas as variadas identidades das pessoas possam ser conciliadas e representadas. (HALL, 2005, p. 21).

Esses argumentos apresentados por Stuart Hall são claramente percebidos no caso do Movimento Skate Potiguar. Em primeiro lugar, é possível afirmar que as demandas e as ações dos integrantes desse movimento não foram embasadas por nenhum referencial cultural “tradicional”. Mesmo existindo diferenças de classe entre esses sujeitos, esse contraste foi parcialmente “suprimido”, em razão de um ideal comum, a saber, a construção do primeiro skatepark público de Natal.

Nesse sentido, muito longe de ser uma mobilização de caráter classista, nacional ou étnica, o MSP foi uma forma específica de ação coletiva entre pessoas que compartilham uma prática cultural comum: o skateboard. De certa forma, a prática do skate foi capaz de fornecer pertencimento cultural e identidade para um grupo de indivíduos, que diante de certos problemas, passaram a possuir interesses e exigências comuns. Apesar da integração social gerada pelo skate, os integrantes do MSP possuíam diferentes motivações individuais que os levaram a participar dos protestos. Por exemplo, os skatistas queriam o skatepark, os políticos desejavam angariar votos, os empresários se interessavam em divulgar suas lojas, e assim por diante. Nesse sentido, percebe-se que o MSP, mesmo possuindo uma única demanda, a saber, o skatepark público, representou, em um determinado momento, interesses pessoais divergentes, que emergiram das diferentes posições sociais dos envolvidos.

Até a primeira metade do século passado, acreditava-se que as formas de participação política dos sujeitos eram embasadas exclusivamente por vínculos sociais “tradicionais”. Em tempos de globalização, essas formas clássicas de participação estão sendo coabitadas por novas maneiras de atuar politicamente e de reivindicar por direitos, que independem dos antigos vínculos sociais, e que são ordenadas por novas lealdades culturais e sistemas de significação. O skate tornou-se uma atividade globalizada devido à ação de empresas transnacionais e das indústrias culturais. Diante disso, pode-se dizer que o referencial cultural que embasou a participação política dos integrantes do MSP foi o universo do skateboard, constituído por inúmeros símbolos, mensagens e produtos, mundialmente comercializados. Levando em consideração que o skate tornou-se uma atividade esportiva mediada pelo mercado capitalista e pelo consumo, é correto afirmar que as demandas e as ações do Movimento Skate Potiguar emergiram das práticas de consumo de seus integrantes em torno do universo do skate. Nesse sentido, esse movimento representa uma nova maneira de reivindicar por direitos sociais em tempos de globalização.

Nestor Garcia Canclini (2008) explica que a remodelação do consumo e o advento dos meios de comunicação nas cidades latino-americanas, durante o fim do século XX, modificaram as formas como os indivíduos atuavam na vida política e reivindicavam por direitos. Segundo o autor, mudanças nas maneiras de consumir, ocasionadas pela globalização, alteraram as formas e as possibilidades de exercer a cidadania nas sociedades latino-americanas, ou seja, alteraram as formas como as pessoas concebiam e lutavam por direitos. Para Canclini, num contexto histórico-social marcado pela degradação da política e pela descrença em suas instituições, o consumo torna-se um processo sociocultural capaz de regular as múltiplas formas de participação e reivindicação por direitos, quando as antigas entidades sociais (Estado, nação e classe), que desempenhavam essa função, entram em crise.

Para muitos homens e mulheres, sobretudo jovens, as perguntas próprias dos cidadãos, sobre como obtemos informação e quem representa nossos interesses, são respondidas antes pelo consumo privado de bens e meios de comunicação, do que pelas regras abstratas da democracia ou pela participação em organizações políticas desacreditadas. (CANCLINI, 2008, p. 13).

Na tentativa de explicar as transformações da cultura política em sociedades latino-americanas, o autor traz à tona as relações de dependência entre América Latina,

Europa e Estados Unidos. Canclini explica que, desde o século XVII, com a expansão europeia, a América Latina estabeleceu relações de subordinação com países europeus, tais como, Espanha, Portugal, França e Inglaterra. Ao longo do século XX, essas relações foram se concentrando nos vínculos com os Estados Unidos, o que gerou profundas transformações nos mercados agrícolas, industriais, financeiros, na produção, circulação e consumo de tecnologia e cultura nos países latino-americanos.

De acordo com Canclini, costuma-se interpretar essa transferência da Europa para os Estados Unidos como uma passagem de um exercício sociopolítico para uma submissão socioeconômica. Do ponto de vista dessa perspectiva, acredita-se que as relações com a Europa contribuíram para a elaboração das constituições latino-americanas e para o surgimento de uma concepção específica de cidadania, caracterizada pela participação dos indivíduos em partidos políticos, sindicatos e movimentos sociais. Ao mesmo tempo, entende-se que os vínculos com os Estados Unidos reduziram os latino-americanos a conjuntos atomizados de consumidores. Além disso, argumenta-se que a intensificação das relações econômicas e culturais com os EUA impulsionou um modelo de sociedade no qual diferentes funções do Estado desaparecem ou são transferidas para corporações privadas, e a participação social passa a ser organizada mais através do consumo do que mediante o exercício da cidadania. Apesar disso,

(...) esta concepção é insuficiente para explicar as atuais transformações na articulação daquilo que todos temos de cidadãos e de consumidores. A junção entre estes termos se altera em todo o mundo devido a mudanças econômicas, tecnológicas e culturais, pelas quais as identidades se organizam cada vez menos em torno de símbolos nacionais e passam a formar-se a partir do que propõe, por exemplo, Hollywood, Televisa e MTV. (CANCLINI, 2008, p. 13-14).

Se, até a primeira metade do século XX, o exercício da cidadania, sobretudo em sociedades latino-americanas, era orientado pelos vínculos sociais de classe, nação, gênero e etnia, que organizavam as identidades dos sujeitos, no fim do século passado, a reestruturação transnacional do consumo nas cidades latino-americanas, que possibilitou novas formas de identificação social, ampliou as formas de reivindicação por direitos entre os latino-americanos, ou seja, gerou novas possibilidades de exercer a cidadania. Os antigos referenciais de classe e nação não restringem mais as múltiplas formas de

exercer a cidadania, que passam a ser orientadas pelo mercado capitalista mundial e pelo consumo globalizado. A reestruturação transnacional do consumo e o advento dos meios de comunicação de massa nas cidades latino-americanas foram responsáveis pela crise das comunidades nacionais, entidades sociais que, durante muito tempo, organizaram a participação política dos cidadãos.

As culturas nacionais pareciam sistemas razoáveis para preservar, dentro da homogeneidade industrial, certas diferenças e certo enraizamento territorial, que mais ou menos coincidiam com os espaços de produção e circulação dos bens. Comer como espanhol, brasileiro ou mexicano significava não apenas guardar tradições específicas, como também alimentar-se com os produtos da própria sociedade, que estavam à mão e costumavam ser mais baratos que os importados. Uma peça de roupa, um carro ou um programa de televisão eram mais acessíveis se eram nacionais. (CANCLINI, 2008, p. 31).

No final do século XX, a transnacionalização do consumo em diferentes sociedades da América Latina estabeleceu novas formas de os indivíduos constituírem identidades e se reconhecerem como sujeitos sociais. A circulação de produtos transnacionais nas cidades latino-americanas tornou cada vez mais difícil distinguir o próprio e o alheio de cada nação..

Esta oposição esquemática, dualista, entre o próprio e o alheio não parece fazer muito sentido quando compramos um carro Ford montado na Espanha, com vidros feitos no Canadá, carburador italiano, (...) cilindros e baterias ingleses e eixo de transmissão francês. As grandes empresas que nos fornecem alimentos e roupas fazem-nos viajar e engarrafarmo-nos em auto-estradas idênticas em todo o planeta, fragmentam o processo de produção fabricando cada parte dos bens nos países em que o custo é menor. Os objetos perdem a relação de fidelidade com os territórios originários. A cultura é um processo de montagem multinacional, uma articulação flexível de partes, uma colagem de traços que qualquer cidadão de qualquer país, religião e ideologia pode ler e utilizar. (CANCLINI, 2008, p. 31-32).

Como explica Canclini, a remodelação transnacional do consumo nas cidades latino-americanas enfraqueceu o antigo referencial da nação, que organizou as identidades e as formas de participação cidadã até a primeira metade do século XX. Consequentemente, o consumo globalizado nas cidades possibilitou novas formas de pertencimento cultural e de exercício da cidadania entre os latino-americanos.

Vamos afastando-nos da época em que as identidades se definiam por essências a-históricas: atualmente configuram-se no consumo, dependem daquilo que se possui, ou daquilo que se pode chegar a possuir. As transformações constantes nas tecnologias de produção, no *design* de objetos, na comunicação mais extensiva ou intensiva entre sociedades – e o que isto gera em relação à ampliação de desejos e expectativas – tornam instáveis as identidades fixadas em repertórios de bens exclusivos de uma comunidade étnica ou nacional. (CANCLINI, 2008, p. 30).

Para Canclini, essas mudanças transformaram consideravelmente as antigas formas de fazer política entre os latino-americanos, pautadas pelos ideais da classe e da nação. Atualmente, a participação dos cidadãos ocorre mediante o consumo, processo sociocultural capaz de fornecer senso de pertencimento e identidade. Canclini destaca, inclusive, que o crescimento vertiginoso das tecnologias audiovisuais de comunicação, transformou significativamente o desenvolvimento do público e o exercício da cidadania nos países latino-americanos. Em tempos de globalização, grande parte das pessoas se informa e passa a atuar politicamente tendo como referencial as mensagens e imagens disponibilizadas nos canais de TV, nos sites da internet e nos anúncios de revistas. Com o advento dos meios de comunicação de massa, foram estabelecidas novas formas de se informar e de entender as comunidades a que se pertence, de conceber e exercer os direitos.

A aparição súbita destes meios põe em evidência uma reestruturação geral das articulações entre o público e o privado que pode ser percebida também no reordenamento da vida urbana, no declínio das nações como entidades que comportam o social e na reorganização das funções dos atores políticos tradicionais. (CANCLINI, 2008, p. 39).

Conforme Canclini, a remodelação do consumo e o advento dos meios de comunicação de massa suscitaram, nas sociedades latino-americanas, um redimensionamento das instituições e dos circuitos de exercício do público. Os órgãos locais e nacionais perdem força em face aos conglomerados empresariais de alcance transnacional, que passam a influenciar nas decisões dos cidadãos. Ocasionalmente, também, a reelaboração do “próprio”, devido ao predomínio dos bens e mensagens provenientes de uma economia e de uma cultura globalizadas sobre aqueles gerados na cidade e na nação a que se pertence. Com isso, ocorre uma constante redefinição do senso de pertencimento e identidade, organizado cada vez menos por lealdades locais ou

nacionais e mais pela participação em comunidades transnacionais ou desterritorializadas de consumidores.

Para Canclini, com a reestruturação do local e do global mediante as transformações econômicas e o advento dos meios de comunicação, a noção de “povo” tornou-se insuficiente para expressar as diferentes formas de reivindicação popular. Passa-se, assim, a se utilizar a expressão, sociedade civil, para dar conta das diferentes manifestações de grupos, organismos não governamentais, empresas privadas e até indivíduos.

Se reconhecemos este deslocamento dos cenários em que se exerce a cidadania (do povo à sociedade civil) e esta reestruturação do peso do local, do nacional e do global, algo terá de acontecer à forma pela qual as políticas representavam as identidades. Outro modo cultural de fazer política e outros tipos de políticas culturais deverão surgir. (CANCLINI, 2008, p. 45).

Para Canclini, o processo de globalização pode ser resumido como uma passagem das identidades modernas a outras que se pode denominar de pós-modernas. O autor argumenta que as identidades modernas eram territoriais e monolinguísticas, e foram estruturadas mediante o advento dos estados-nacionais. Por sua vez, as identidades pós-modernas são transterritoriais e multilinguísticas. Consolidam-se menos pela lógica dos Estados do que pela dos mercados. Esse processo de mudança tem efeitos significativos para os modos como se estruturavam as políticas nas sociedades latino-americanas. Uma nova concepção de cidadania passa a expressar esse novo tipo de identidade, constituída não a partir de símbolos nacionais, mas mediante o consumo de produtos transnacionalizados. Nesse sentido, percebe-se um redimensionamento das instituições de exercício da cidadania. Transita-se dos órgãos locais e nacionais para o consumo privado de bens.

Conforme Canclini, para entender os vínculos entre consumo e cidadania, é preciso redefinir as concepções que julgam o comportamento dos consumidores como predominantemente irracional, e as que somente veem a cidadania como o conjunto de direitos garantido em lei. Para o autor, a cidadania não tem a ver unicamente com os direitos reconhecidos pelos aparelhos estatais, mas relaciona-se, inclusive, com as práticas culturais e sociais que dão sentido de pertencimento, ou seja, com o consumo, processo sociocultural capaz de fornecer identidades.

(...) ser cidadão não tem a ver apenas com os direitos reconhecidos pelos aparelhos estatais, mas também com as práticas sociais e culturais que dão sentido de pertencimento, e fazem que se sintam diferentes os que possuem uma mesma língua, formas semelhantes de organização e de satisfação das necessidades. (CANCLINI, 2008, p. 35).

Canclini entende o consumo como o conjunto de processos socioculturais em que se realizam a apropriação e o uso dos produtos. Essa definição compreende os atos pelos quais consumimos como algo mais do que simples exercícios de gastos, caprichos e compras irrefletidas. De acordo com Canclini, quando nos apropriamos e utilizamos os bens, estamos definindo o que consideramos publicamente valioso, assim como os modos de nos integrarmos e nos distinguirmos na sociedade.

Do ponto de vista dessa abordagem, o consumo é compreendido pela sua *racionalidade econômica*. Nesse sentido, os processos socioculturais de apropriação e utilização de produtos são entendidos como um momento do ciclo de produção e reprodução social. O consumo é o lugar onde se completa o processo iniciado com a manufatura dos produtos, momento em que se realiza a expansão do capital e onde se reproduz a força de trabalho. Nesse sentido, não são as necessidades ou os gostos individuais que determinam o que, como e quem consome. A forma como se estrutura a distribuição dos bens depende das grandes estruturas de administração do capital. Esses aspectos do consumo foram apresentados pelos teóricos marxistas, que superestimaram a capacidade de determinação das empresas em relação aos consumidores. Para Canclini, essa racionalidade de tipo macrossocial não é a única que modela o consumo.

Segundo o autor, no consumo se manifesta, também, uma *racionalidade sociopolítica interativa*. Citando os trabalhos de Manuel Castells, Canclini argumenta que o consumo é um lugar onde os conflitos entre classes, originados pela desigual participação na estrutura produtiva, ganham continuidade em relação à distribuição e à apropriação de bens. Ao consumir, os indivíduos participam de um cenário de disputas por aquilo que a sociedade produz e pelos modos de usá-los. Além dessa dimensão, o autor reitera que o consumo possui um *aspecto simbólico e estético*. De acordo com Canclini, mediante o consumo, os indivíduos constroem signos e status social. Assim, o consumo tornou-se, nas sociedades contemporâneas, um mecanismo de distinção e de diferenciação social.

Além dessas dimensões, Canclini, trazendo os estudos de Douglas e Isherwood (2013), argumenta que o consumo é capaz de dar sentido às experiências individuais. Consumir é tornar mais inteligível o mundo que nos cerca. As mercadorias, além de suprir necessidades biológicas e práticas, fornecem um universo inteligível para quem as consomem. Conforme Canclini, pode-se incluir uma dimensão política não menos importante ao consumo. “É neste jogo entre desejos e estruturas que as mercadorias e o consumo servem também para ordenar politicamente cada sociedade. O consumo é um processo em que os desejos se transformam em demandas e em atos socialmente regulados”. (CANCLINI, 2008, p. 65).

Para Canclini, as novas maneiras de consumir e, portanto, de pertencer culturalmente, passam a ordenar, em tempos de globalização, os diferentes modos de participação política nas cidades. Com isso, ampliam-se as formas e as possibilidades de exercer a cidadania. A participação dos cidadãos torna-se cada vez mais segmentada em diferentes demandas e exigências dos grupos que habitam as urbes latino-americanas. Passa-se do exercício da cidadania embasado por questões de âmbito nacional e classista, para os problemas de caráter local.

As políticas (...) dos movimentos populares são políticas do que está próximo, sem muito interesse por macroquestões, como a ecologia, ou pelos programas das grandes instituições. Mesmo quando esses movimentos locais se agrupam, sua visão da cidade é uma soma de fragmentos, e é muito difícil coordenar ou hierarquizar as demandas de cada um em programas de ampla escala. (CANCLINI, 2008. p. 102).

De fato, as reivindicações do Movimento Skate Potiguar não dizem respeito à macroquestões de âmbito nacional, nem de classe social, por exemplo, o sistema de saúde pública e a falta de incentivo à educação federal, melhores condições de trabalho, etc. Antes de tudo, pode-se dizer que as demandas do MSP são de âmbito local. Surgiram de circunstâncias desfavoráveis que os skatistas enfrentavam na cidade de Natal. O que orientou a ação desses sujeitos foi a condição comum destes compartilharem uma mesma prática cultural, o skateboard. Como a adesão ao mundo do skate acontece mediante os processos socioculturais de aquisição e utilização de mercadorias, é correto afirmar que a participação política dos integrantes do MSP foi orientada pelas práticas de consumo desses sujeitos em torno do mundo do skate, dominado e difundido por empresas transnacionais e pelos meios de comunicação de massa.

Diante desses aspectos, pode-se concluir que o consumo globalizado e os meios de comunicação de massa estão redefinindo as antigas formas de exercer a cidadania nas sociedades latino-americanas. Há um redimensionamento dos circuitos de exercício do público e uma reestruturação da sociedade civil.

A história recente da América Latina sugere que, se ainda existe algo como um desejo de comunidade, este se relaciona cada vez menos a entidades macrossociais tais como a nação ou a classe, dirigindo-se, em troca, a grupos religiosos, conglomerados esportivos, solidariedades geracionais e círculos de consumidores de comunicação de massa. Um traço comum a estas comunidades atomizadas é que elas se organizam mais em torno de consumos simbólicos do que em relação a processos produtivos. As sociedades civis aparecem cada vez menos como comunidades nacionais, entendidas como unidades territoriais, linguísticas e políticas; manifestam-se principalmente como comunidades hermenêuticas de consumidores, ou melhor, como conjuntos de pessoas que compartilham gostos e pactos de leituras em relação a certos bens (gastronômicos, desportivos, musicais), os quais lhes fornecem identidades comuns. (CANCLINI, 2008, p. 223-224).

A abordagem de Canclini, que vincula as noções de consumo e cidadania, coincide com os trabalhos da socióloga, Vera da Silva Telles (1999), que procura pensar a questão dos direitos a partir da dinâmica da sociedade. Para a autora, os direitos não se referem apenas as garantias formais inscritas nas leis e instituições, mas também ao modo como diversos interesses se expressam no cenário público. Ou seja, os direitos estabelecem uma forma de sociabilidade regida pelo reconhecimento do outro como sujeito de interesses válidos e demandas legítimas. Por isso, eles não podem ser desassociados das práticas sociais.

Pensar a cidadania enraizada nas práticas sociais serve, de acordo com Telles (1998), para desestabilizar a imensa defasagem entre os princípios igualitários da lei e a realidade das desigualdades e exclusões. Assim, a autora reposiciona a discussão da cidadania, das instituições legais, para a ótica dos sujeitos que concebem e pronunciam os direitos. Pensar os direitos a partir da ótica de quem os pronuncia denuncia, assim, o descompasso entre a grandiosidade dos ideais da lei e a realidade bruta das discriminações, exclusões e violência que atinge a maioria.

(...) ao revés de um determinismo econômico e tecnológico hoje em dia mais do que nunca revigorado, será importante reativar o sentido político dos direitos sociais. Sentido político ancorado na

temporalidade própria dos conflitos pelos quais as diferenças de classe, de gênero, etnia, raça ou origem se metamorfoseiam nas figuras políticas da alteridade – sujeitos que se fazem ver e reconhecer nos direitos reivindicados, se pronunciam sobre o justo e o injusto e, nesses termos, reelaboram suas condições de existência como questões que dizem respeito às regras da vida em sociedade. (TELLES, 1998, p. 38).

Assim, de acordo com Telles, colocar os direitos na ótica de quem os pronunciam significa recusar a ideia de que esses direitos não são mais do que a resposta a um suposto mundo das necessidades e das carências. Para a autora, através das múltiplas vozes que pronunciam os direitos é que os princípios universais da cidadania se singularizam no registro do conflito e do dissenso quanto à medida de igualdade e à regra de justiça que devem prevalecer nas relações sociais.

Para além das garantias formais inscritas na lei, os direitos estruturam uma linguagem pública que baliza os critérios pelos quais os dramas da existência são problematizados em suas exigências de equidade e justiça. E isso significa um certo modo de tipificar a ordem de suas causalidades e definir as responsabilidades envolvidas, de figurar diferenças e desigualdades e de conceber a ordem das equivalências que a noção de igualdade e de justiça sempre coloca (...). (TELLES, 1998, p. 38).

Com isso, pode-se dizer que esta nova maneira de pensar os direitos, proposta por Telles, transcende a versão hoje corrente que os reduz a meras defesas corporativas de interesses. Em torno dos vários sujeitos que reivindicam direitos, abrem-se horizontes de possibilidades que, configurados a partir da singularidade de cada um, não se deixam encapsular em suas especificidades, pois a conquista e o reconhecimento de direitos têm um sentido, segundo Telles, da invenção das regras da civilidade e da sociabilidade democrática. Assim, os direitos têm o sentido de inventar, em uma negociação sempre difícil e sempre reaberta, as regras da vida em sociedade.

Tanto a abordagem de Canclini, quanto a de Telles se diferenciam radicalmente dos estudos iniciais sobre cidadania. Um dos primeiros teóricos sociais a propor uma definição de cidadania foi Marshall (1967). Este autor definiu cidadania como uma condição de igualdade social garantida a partir do pertencimento individual em relação à certa comunidade ou sociedade. Para o autor, o status de cidadania só pode ser garantido pela instituição do Estado. Após essa definição inicial, Marshall procura dividir a noção de cidadania em três partes principais. O autor denomina essas partes de elemento civil, político e social. O

elemento civil é composto dos direitos necessários à liberdade individual – liberdade de ir e vir, liberdade de imprensa, pensamento e fé, o direito à propriedade e o direito à justiça. O elemento político está relacionado ao direito de participar no exercício do poder político como um membro de um organismo investido da autoridade política ou como eleitor dos membros de tal organismo. O elemento social refere-se a tudo o que vai desde o direito a um mínimo de bem-estar econômico e segurança, ao direito de participar, por completo, na herança social, e levar a vida de um ser civilizado de acordo com os padrões que prevalecem na sociedade.

A teoria de Marshall contribuiu para uma definição universalizante e estatizante da noção de cidadania. Do ponto de vista dessa abordagem, ser cidadão tem a ver unicamente com a igualdade de direitos garantido pelo Estado em relação ao pertencimento individual a uma comunidade nacional ou sociedade. Essa definição estatizante exclui a possibilidade de articular o status de cidadania com as práticas sociais e o consumo.

Como sugere Gisela Taschner (2010), após três décadas da publicação de *Cidadania e Classe Social* (1950), emergiu uma outra leva de direitos: os de terceira geração, conhecidos como os novos direitos. Conforme a autora, os direitos de terceira geração dizem respeito à interesses difusos, como os referentes ao meio ambiente, à qualidade de vida, aos consumidores, às mulheres, às crianças e adolescentes, à terceira idade, aos homossexuais, às minorias étnicas e culturais. Eles têm não o indivíduo, mas determinados segmentos sociais como titulares.

Assim, pode-se argumentar que a definição clássica de cidadania, proposta por Marshall, se amplia com os trabalhos atuais que procuram relacionar as noções de cidadania com os conceitos de consumo e sociedade. Se, por um lado, Marshall tinha como parâmetro o Estado para pensar o status de cidadania, Canclini e Telles redefinem este conceito ao articulá-lo com as noções de consumo e sociedade. Esta argumentação mostra a insuficiência de teorias que desvinculam a cidadania das práticas sociais e do consumo. Em tempos de globalização, a cidadania é organizada mediante o consumo em torno das diferentes práticas culturais cotidianas que os sujeitos desempenham.

Reconhecer essas transformações não é postular a desintegração das nações diante da globalização, nem afirmar o fim das políticas tradicionais. É apenas compreender que ocorreu uma profunda mudança no cenário político das sociedades

latino-americanas no final do século XX. As comunidades nacionais, que durante décadas organizaram a participação política dos cidadãos, não restringem mais os inúmeros interesses e reivindicações dos grupos populares. A expansão da comunicação e do consumo globalizado gera solidariedade e lutas sociais. Atualmente, a participação política se organiza mediante o consumo, mais do que em torno de símbolos nacionais. Reconhecer essas transformações é propor novas diretrizes para as políticas culturais urbanas na América Latina.

3.5 Desafios para as políticas urbanas em Natal: precisa-se de um skatepark

A partir do caso do MSP, conclui-se que, as políticas culturais urbanas em Natal devem ser ampliadas. Precisam deixar de apenas realçar as belezas das praias e dos costumes tradicionais para os turistas em hotéis de luxo, lojas de artesanato e restaurantes, e devem passar a reconhecer as incontáveis exigências dos diferentes grupos sociais que vivenciam a cidade em tempos de globalização. O skate, que tornou-se uma prática esportiva globalizada devido ao mercado capitalista e aos meios de comunicação, fascina muitos jovens na cidade. Embora o fato de Natal não possuir espaços públicos suficientes para o skate, existe um número significativo de skatistas que sonham e lutam por um skatepark. Ao contrário de cidades como São Paulo, João Pessoa e Fortaleza, onde existem políticas estatais destinadas aos skatistas, em Natal, os políticos parecem negligenciar a existência desses sujeitos.

É necessário que haja uma reforma estatal de âmbito local, que garanta certos direitos não reconhecidos aos diferentes grupos que habitam a capital potiguar. As políticas culturais urbanas em Natal devem ser reformuladas com o intuito de garantir melhores condições para os indivíduos que moram e vivenciam a cidade. Até o momento, o planejamento das questões urbanas na capital potiguar foi ditado pelas exigências de um mercado mundial que faz de Natal objeto de consumo para os turistas. Os problemas urbanos de âmbito local são pensados levando em consideração os anseios do turismo, não as demandas dos moradores. Não sem razão, é com o intuito de promover a oferta turística da cidade no mercado capitalista internacional, que os políticos negligenciam as demandas dos natalenses.

É correto afirmar que a administração pública em Natal utiliza o modelo de planejamento estratégico de cidades para pensar o desenvolvimento urbano local. De acordo com Novais (2010), define-se por planejamento urbano, um conjunto de

procedimentos técnicos aplicados a um determinado território ou espaço físico, assim como a soma das ações governamentais para a cidade que, por objetivo, tem como função fornecer prescrições para a tomada de decisões. Segundo o autor, em fins de 1970, no Brasil, as questões que norteavam a elaboração do planejamento urbano referiam-se aos problemas sociais gerados pelo processo de urbanização das cidades. Pensavam-se possibilidades para a reforma urbana que, por sua vez, visava respostas as demandas populares, e exigia a garantia de direitos sociais para os cidadãos.

A partir dos anos 1990, as questões de referência para a elaboração dos planos urbanos são alteradas. Os problemas internos da cidade passam a ser pensados em relação a um contexto macrossocial. A cidade começa a ser concebida como inserida em uma conjuntura mais ampla, constituída por outras cidades, separadas por distâncias territoriais, sociais, econômicas e culturais, mas que concorrem entre si. O parâmetro para pensar os problemas de uma cidade são expandidos em escala global. Surge, então, um tipo específico de gerenciamento urbano que ficou mais conhecido como, planejamento estratégico de cidades.

De acordo com as ponderações de Compans (2005), nos anos 1960, surge o Planejamento estratégico, um instrumento do setor privado forjado para prever situações adequadas para que uma determinada organização empresarial pudesse funcionar com mais eficiência dentro de um cenário de mercado específico. Em 1980, o Planejamento estratégico é implementado no setor público, sobretudo em cidades norte-americanas que visavam o desenvolvimento econômico, a exemplo, São Francisco, Ohio, Califórnia, entre outros. Para Vainer (2002), o Planejamento estratégico de cidades, modelo de administração urbana originalmente sistematizado na Harvard University, caracteriza-se por utilizar noções e procedimentos da gestão empresarial, transplantados para as políticas urbanas. No Planejamento estratégico, as cidades são pensadas como possuidoras das mesmas condições e elementos de uma empresa privada, altamente produtiva e competitiva.

Manuel Castells e Jordi Borja (1996) são os principais teóricos do planejamento estratégico de cidades. No texto contido em um relatório preparado para a Conferência Habitat II, intitulado, *As cidades como atores políticos*, os autores concebem as cidades como atores sociais, devido ao fato de estas apresentarem um protagonismo na vida política, econômica e social do mundo contemporâneo.

A cidade se expressa melhor como ator social na medida em que realiza uma articulação entre administrações públicas (locais ou não), agentes econômicos públicos e privados, organizações sociais e cívicas, setores intelectuais e profissionais e meios de comunicação. Ou seja, entre instituições políticas e sociedade civil. (CASTELLS E BORJA, 1996, p. 152).

Esta articulação entre agentes políticos e econômicos, segundo os autores, realiza-se através de uma ampla e consensual ação coletiva e conjunta, que se constitui a partir de respostas a objetivos comuns, a exemplo, efetivação de planos de desenvolvimento urbano atrelados a realização de grandes eventos, projetos urbanísticos que contam com a participação público-privada, promoção turística, etc. Os teóricos catalães do Planejamento estratégico procuram discutir o protagonismo político e econômico das cidades mediante vários casos. O primeiro exemplo apresentado é também o mais significativo para entender a metáfora da cidade enquanto uma empresa privada. A partir do caso da Conferência de Cidades Europeias, realizada em Roterdã, no ano de 1986, Castells e Borja argumentam que as cidades são os motores do desenvolvimento econômico do mundo atual. Por conseguinte, citando figuras políticas como Maragall e Delors, os teóricos-consultores⁴² catalães pensam as Eurocidades como as grandes “multinacionais europeias” (CASTELLS & BORJA, 1996. p. 153).

Quais são as intenções ético-políticas dos teóricos catalães em conceber as cidades enquanto empresas multinacionais? Por um lado, pensar a cidade tendo como referência a empresa, tem por finalidade direcionar as políticas urbanas para o mercado, ou seja, as tomadas de decisões públicas são orientadas pela lógica do mercado. Por conseguinte, pensar a cidade como uma empresa tem por objetivo fazer com que os agentes econômicos ganhem espaço nos processos de tomada das decisões políticas.

Segundo Vainer (2002), a cidade pensada enquanto empresa não foi um empreendimento inventado pelos teóricos do Planejamento estratégico. No urbanismo moderno, o modelo da fábrica taylorista embasou as representações teóricas sobre a cidade. Se os princípios de organização da produção nortearam a concepção da cidade no urbanismo modernista, no Planejamento estratégico, a noção de empresa enquanto unidade de gestão e negócios, orienta a concepção de cidade.

Assim, ver a cidade como empresa significa, essencialmente, concebê-la e instaurá-la como agente econômico que atua no contexto de um

⁴²O termo teórico-consultores é utilizado aqui na mesma perspectiva de Vainer (2002).

mercado e que encontra neste mercado a regra e o modelo do planejamento e execução de suas ações. Agir estrategicamente, agir empresarialmente significa, antes de mais nada, ter como horizonte o mercado, tomar decisões a partir das informações e expectativas geradas no e pelo mercado. (VAINER, 2002).

O autor argumenta que a proposição cidade-empresa não é meramente um modelo de administração e gestão dos problemas urbanos. Pensar a cidade enquanto empresa propõe novos significados para definir as funções do poder público e do governo da cidade. Com a analogia cidade-empresa, procura-se legitimar a apropriação direta dos instrumentos de poder público por grupos empresariais privados.

No Planejamento estratégico, como as políticas urbanas estão subordinadas às exigências de um mercado globalizado altamente competitivo, e devido ao fato de a cidade possuir as mesmas características de uma empresa privada, os atores que estariam melhor preparados para tomar as decisões públicas seriam os grandes empresários. Nesse sentido, os processos decisórios não mais dependeriam da participação popular, restringindo-se aos interesses privados do empresariado. Vê-se, contudo, que a maior motivação em conceber a cidade enquanto empresa tem por objetivo assegurar as exigências dos capitalistas na ação governamental.

Lógica implacável: um novo conceito de planejamento impõe novos atores; o market lead city planning exige que os protagonistas das ações e decisões sejam os mesmos que protagonizam as peripécias do mercado. A parceria público-privada assegurará que os sinais e interesses do mercado estarão adequadamente presentes, representados, no processo de planejamento e de decisão. (VAINER, 2002).

Vainer procurou mostrar que os consultores urbanos neoliberais, não rejeitam uma intervenção estatal no tratamento dos problemas da cidade. Pelo contrário, a privatização das políticas urbanas dá-se mediante uma subordinação das funções do Estado aos interesses do mercado. Os teóricos do Planejamento estratégico procuram desfigurar qualquer espécie de separação entre o setor público e privado, tendo em vista a garantia de maior poder de decisão para os grandes empresários nas ações políticas. De forma alguma, os gestores neoliberais procuram a não intervenção do Estado nos negócios do mercado. Ao contrário, conceber a cidade enquanto empresa, tem como objetivo, uma redefinição do papel das instituições públicas nas formas de política urbana.

A administração pública em Natal pensa o desenvolvimento urbano local a partir destes parâmetros destacados acima. Tendo em vista que Natal tornou-se, desde 1990, uma cidade turística, os problemas locais são pensados tendo como referência as exigências de um mercado globalizado. Em contrapartida, os problemas dos indivíduos e dos diversos grupos sociais que vivem em Natal são negligenciados.

Diante disso, é de extrema importância uma reforma do estado, que garanta direitos culturais, sociais e políticos para os que habitam Natal. No entanto, essa reforma deve ter em seu cerne o fato de que as exigências dos grupos sociais se tornaram fragmentadas. É preciso que os políticos olhem para as múltiplas demandas e reivindicações dos diferentes grupos sociais que configuram a paisagem cultural de Natal. Faz-se necessário um reconhecimento das mudanças nas formas de fazer política e exercício da cidadania em sociedades globalizadas. As pessoas não agem mais politicamente tendo unicamente como referencial os ideais de classe e de nacionalidade. Em contrapartida, a participação política em tempos de globalização ocorre mediante o consumo. Apesar de o consumo ser capaz de organizar a participação política dos indivíduos, não há um exercício pleno e consciente da cidadania entre os grupos populares.

Como argumentou Canclini (2008), para que se possa articular o consumo com o exercício refletido da cidadania, são necessárias algumas medidas. Primeiro, é preciso garantir o acesso equitativo dos bens transnacionais da globalização para a maioria. Segundo, é necessária informação multidirecional para as massas a respeito da qualidade dos produtos, cujo controle seja exercido por parte dos consumidores. Terceiro, é preciso que haja a participação democrática da sociedade civil nas decisões de ordem material, simbólica, política e jurídica em que o consumo está organizado.

O reconhecimento das transformações nas instituições e nos circuitos onde ocorre o exercício da cidadania, impõe um novo modelo de políticas culturais urbanas às autoridades em Natal. É preciso que se reconheça que a cidadania não diz respeito unicamente ao exercício dos direitos reconhecidos pelo estado para os que pertencem a uma nação ou um território. Na fase atual de globalização, a cidadania é exercida mediante o consumo, processo sociocultural capaz de fornecer senso de pertencimento e identidade aos sujeitos. É necessário que o Estado garanta o direito à cultura e um acesso igualitário ao mercado capitalista para todos.

Conforme Canclini (2008), quase toda a bibliografia sobre políticas culturais concebe-as a partir das identidades nacionais ou da identidade que caracteriza os indivíduos de um lugar específico. Da mesma forma, a literatura sobre políticas culturais urbanas supõe que estas devam se referir ao conjunto de tradições, práticas e modos de interação que distinguem as populações de uma determinada cidade, sem muito se importarem com grupos adeptos de práticas culturais mediadas pelo consumo globalizado de bens, e difundidas pelos meios de comunicação de massa. Assim, os desafios que se impõem atualmente às políticas culturais urbanas nas sociedades latino-americanas surgem, de acordo com Canclini, diante de duas mudanças principais advindas da globalização: a dissolução das monoidentidades e a perda de importância das culturais tradicionais-locais.

Na segunda metade do século XX, tornou-se cada vez mais difícil distinguir os habitantes de uma determinada cidade ou nação, apenas pela observação de traços culturais coletivamente compartilhados. O que define um brasileiro, um paraguaio ou um natalense? Os habitantes de Natal não compartilham traços culturais idênticos que os definem como natalenses. Os que moram na capital potiguar vivenciam um contexto social marcado pela acentuada heterogeneidade cultural. Muitos natalenses são adeptos de práticas culturais vindas de longe, assistem TV a cabo e consomem produtos transnacionalizados. Nesse sentido, o natalense não possui uma identidade homogênea. Além disso, os meios de comunicação ocasionaram uma perda de importância das culturas tradicionais. Por exemplo, os skatistas de Natal estão muito mais familiarizados com os símbolos, as mensagens e os produtos transnacionais do mundo do skate, do que com os traços culturais peculiares que distinguem a capital potiguar de outras cidades brasileiras.

É preciso que as autoridades em Natal reconheçam essas transformações para efetuar novas políticas culturais na cidade. É necessário a efetuação de uma série de políticas urbanas para grupos sociais adeptos de práticas culturais difundidas pelos meios de comunicação de massa e mediadas pelo consumo globalizado de bens, por exemplo, os skatistas, os jovens do hip-hop, do patins, da mountainbike, do surf, etc. A questão do multiculturalismo é central para uma redefinição das políticas culturais urbanas em Natal. De acordo com Stuart Hall (2003), multiculturalismo refere-se as estratégias e políticas adotadas para governar ou administrar os problemas de diversidade e multiplicidade gerados pelas sociedades multiculturais. Em contrapartida,

segundo o autor, a noção de multicultural descreve as características de qualquer sociedade na qual diferentes comunidades culturais convivem e tentam construir uma vida em comum.

Somente com a constatação de que Natal, além de ser um cartão postal para turistas, é uma cidade marcada pela diversidade cultural, as políticas urbanas locais tornar-se-ão mais democráticas. Enquanto isso, os skatistas continuarão reivindicando por mais espaços, pois, segundo Paulo “Negão”, 41 anos, skatista veterano de Natal, “(...) lutar, nunca vamos deixar de lutar, porque só o fato de nós estarmos andando de skate, já é uma representação de luta”⁴³

Considerações Finais

Esta dissertação procurou discutir questões acerca do exercício da cidadania em sociedades globalizadas, mediante uma análise do Movimento Skate Potiguar (MSP). Primeiramente, discutiram-se as relações entre skateboard, globalização e consumo. Assim, buscou-se evidenciar os efeitos da globalização da cultura e da economia no universo da prática do skate a nível mundial. Disto, concluiu-se que o skate tornou-se uma prática esportiva globalizada mediante os meios de comunicação e as migrações, entendidos como acontecimentos históricos associados à globalização. Buscou-se evidenciar, também, que o processo de globalização redefiniu as formas de organização da produção e das empresas do mundo do skate. A transnacionalização da produção industrial e das empresas especializadas na fabricação de equipamentos e peças de skate é um dos principais aspectos desse processo. Assim, procurou-se evidenciar que o skate tornou-se uma prática esportiva globalizada, mediada pelo mercado capitalista e pelo consumo.

Após essa discussão inicial, o trabalho buscou descrever o universo da prática do skate na cidade de Natal. Assim, traçou-se uma perspectiva histórica da atividade na cidade ao apresentar as principais fases do desenvolvimento do skate em Natal. Foram discutidos os principais aspectos da prática do skate em Natal durante os anos 1980 e 1990. Em um momento posterior, foram descritos os principais espaços e o mercado do skate local na atualidade. Observou-se que o universo do skate em Natal é extremamente desigual. Há uma forte discrepância de classe social entre os skatistas da

⁴³Trecho do mini-documentário intitulado, *Sobre o Nada* (2012), de Renan Aires e Heloísa Caravina. Disponível em: <https://www.youtube.com/sobreonada>, acessado em 27/03/2016.

cidade, que pode ser observada nas diferentes regiões onde se pratica o skate na capital potiguar. Essa diferença de classe também pode ser verificada nas práticas de consumo desses sujeitos. Skatistas com melhores condições econômicas optam por serviços disponibilizados em sites da internet, enquanto os menos favorecidos restringem-se aos serviços alguns estabelecimentos locais. As diferenças de classes variam de acordo com as localidades em que o skate é praticado na cidade. Em bairros da zona sul, como Candelária e Ponta Negra, percebe-se skatistas com maior poder de compra, enquanto em bairros da zona norte e no centro da capital, predominam skatistas economicamente menos favorecidos.

Após esta argumentação discutiu-se a questão do exercício da cidadania em sociedades globalizadas, a partir de uma análise do Movimento Skate Potiguar. Buscou-se, dessa maneira, realizar uma descrição das características gerais do MSP. Após essa apresentação, passou-se a discutir algumas associações entre globalização e política a partir do pensamento de Stuart Hall (2005). Em seguida, discutiram-se as relações entre globalização, consumo e cidadania através do trabalho de Nestor Garcia Canclini (2008) e Vera da Silva Telles (1999). Foi observado que a noção clássica de cidadania, proposta por Marshall, foi ampliada com os atuais estudos que articulam cidadania com o consumo. Ser cidadão não diz respeito unicamente a igualdade de direitos garantidos em lei aos que pertencem a uma mesma nação ou sociedade. Além disso, a cidadania, ou seja, o exercício dos direitos, está intrinsecamente relacionada as formas de apropriação de bens de consumo. A partir desta argumentação, constatou-se que as demandas e a ação política do Movimento Skate Potiguar emergiram das práticas de consumo de seus integrantes, já que o skate tornou-se uma atividade esportiva mediada pelo mercado capitalista mundial e pelo consumo globalizado de bens.

O que é possível concluir com esta argumentação é que o skate tornou-se uma prática esportiva globalizada através da ação de empresas transnacionais e dos meios de comunicação. Além disso, o skateboard tornou-se uma prática esportiva mediada pelo mercado capitalista e pelo consumo. A realização dessa prática em Natal fornece senso de pertencimento e identidade para muitos indivíduos. Em razão de a cidade não possuir espaços públicos destinados à atividade, os skatistas passaram a se organizar politicamente para reivindicar pela construção de um skatepark público. Buscou-se mostrar que conceber um skatepark como um direito legítimo para um grupo de pessoas expressa uma nova maneira de atuar politicamente e reivindicar por direitos na

contemporaneidade. Tendo em vista que o acesso ao universo do skate ocorre mediante o consumo, pode-se concluir que as ações políticas dos skatistas em Natal emergiram e foram orientadas pelas práticas de consumo destes sujeitos em torno do universo do skate. Nesse sentido, buscou-se argumentar que as mobilizações por um skatepark público em Natal representam uma nova forma de fazer política e de reivindicar por direitos sociais, menos orientada por ideias de classe e nacionalidade, do que pelos símbolos e produtos do mundo do skate. Assim, o caso do MSP evidencia um redimensionamento das instituições de exercício do público nas sociedades latino-americanas. A nação e a classe, que outrora organizavam a ação política dos cidadãos, não restringem mais as incontáveis formas de participação política dos grupos populares. Atualmente, a participação política ocorre mediante o consumo. Por sua vez, buscou-se argumentar que o reconhecimento dessas transformações impõe desafios às políticas culturais urbanas em Natal.

Assim, esse trabalho procurou sustentar que é preciso uma reformulação das políticas culturais urbanas em Natal. Essas políticas devem levar em consideração que grande parte dos habitantes de Natal, ao invés de serem adeptos de culturas tradicionais-locais, participa de comunidades transnacionais de consumidores, como os skatista, os surfistas, etc. Nesse sentido, as políticas culturais urbanas na capital potiguar devem se voltar, também, para esses grupos que vivenciam a cidade. Espera-se, com este trabalho, uma mudança nas atitudes dos gestores urbanos em Natal, assim como uma contribuição para o *corpus* de estudos sobre a prática do skate no Brasil.

Referências

ABRAMO, H. W.; FREITAS, M. V.; SPOSITO, M. (Orgs.) **Juventude em debate**. São Paulo: Cortez, 2000.

ADORNO, T. e HORKHEIMER, M. **A Indústria cultural**: o esclarecimento como mistificação das massas. **In:** *Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editores, 1985.

AGUIAR, T. C. **O bom, o mau e o feio** – o design gráfico da indústria do skate. Dissertação de mestrado em Design, PUC-RJ, 2008.

APPADURAI, A. **Disjunção e diferença na economia cultural global**. **In:** FEATHERSTONE, M. (Org.). *Cultura global: nacionalismo, globalização e modernidade*. Petrópolis-RJ: Editora Vozes, 1998.

_____. **Dimensões culturais da globalização**: a modernidade sem peias. Lisboa: Editora Teorema, 2004.

_____. **A vida social das coisas**: as mercadorias sob uma perspectiva cultural. Rio de Janeiro: EDUFF, 2008.

ARAÚJO, R. B. **Os Gênios da Pelota**, um estudo do futebol como profissão. Rio de Janeiro: UFRJ/Museu Nacional/PPGAS, 1980.

BASTOS, B. G. **Estilo de vida e trajetórias sociais de skatistas**: da vizinhança ao fazer o corre. Dissertação de mestrado em Ciências do Movimento Humano, UFRGS, 2006.

BOURDIEU, P. **Esboço de uma teoria da prática**. **In:** ORTIZ, R. (Org.). *Pierre Bourdieu: Sociologia*. São Paulo: Editora Ática, 1994.

_____. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Editora Bertrand Brasil, 2000.

_____. **A distinção**: crítica social do julgamento. São Paulo: Edusp, 2007.

BRANDÃO, L. **Corpos deslizantes, corpos desviantes**: a prática do skate e suas representações no espaço urbano. Dissertação de mestrado em História, UFGD, 2006.

_____. **A introdução dos esportes californianos no Brasil:** apontamentos para o início de uma discussão. In: *Fronteiras, Revista de História*. v. 11, n. 19, jan/jun. de 2009.

_____. **Esportes de ação:** notas para uma pesquisa acadêmica. In: *Revista Brasileira de Ciências do Esporte*. v. 32, n. 1. Porto Alegre-RS, sept. de 2010.

CAMPBELL, C. **A ética romântica e o espírito do consumismo moderno.** Rio de Janeiro: Editora Rocco, 2001.

CANCLINI, N. G. **Las industrias culturales y el desarrollo de los países americanos.** In: *Portal Ibero Americano de Gestión Cultural*, 2002.

_____. **Consumidores e cidadãos:** conflitos multiculturais da globalização. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2008.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede** – a era da informação: economia, sociedade e cultura: volume 1. São Paulo: Editora Paz e Terra, 1999.

CASTELLS, M.; BORJA, J. **As cidades como atores políticos.** In: *Revista Novos Estudos CEBRAP*, n. 45, p. 152-166, julho de 1996.

COMPANS, R. **Empreendedorismo urbano:** entre o discurso e a prática. São Paulo: Editora UNESP, 2005.

CORADINI, L. **Praça XV:** Espaço e Sociabilidade. Florianópolis: Editora Letras Contemporâneas, 1995.

COSTA, M. R. M. **Aventura e risco no skateboard street:** um estudo do imaginário de jovens skatistas. Dissertação de mestrado em Educação Física, Universidade Gama Filho, 2004.

DAMATTA, R. (Org.) **Universo do futebol:** esporte e sociedade brasileira. Rio de Janeiro: Pinakotheke, 1982.

DAYRELL, J. **O jovem como sujeito social.** In: *Revista Brasileira de Educação*. n. 24, Rio de Janeiro, set/dez., 2003.

DE CERTEAU, M. **A invenção do cotidiano:** I Artes de fazer. Petrópolis-RJ: Editora Vozes, 2013.

DOUGLAS, M; ISHERWOOD, B. **O mundo dos bens:** para uma antropologia do consumo. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2013.

DUARTE, R. **Teoria crítica da indústria cultural.** Belo Horizonte: Editora UFMG, 2007.

DURKHEIM, É; MAUSS, M. **Algumas formas primitivas de classificação.** In: RODRIGUES, J. A (Org.). *Durkheim: sociologia.* São Paulo: Ed. Ática, 2008.

FEATHERSTONE, M. **Teorias da cultura de consumo.** In: *Cultura de consumo e pós-modernismo.* São Paulo: Studio Nobel, 1995.

_____. **O desmanche da cultura:** globalização, pós-modernismo e identidade. São Paulo: Studio Nobel, 1997.

_____. **Cultura global:** nacionalismo, globalização e modernidade. Petrópolis-RJ: Editora Vozes, 1998.

FIGUEIRA, M. L. M. **Skate para meninas:** modos de se fazer ver em um esporte em construção. Tese de doutorado em Ciências do Movimento Humano, UFRGS, 2008.

FRIEDMAN, J. **Ser no mundo:** globalização e localização. In: FEATHERSTONE, M. (Org.). *Cultura global: nacionalismo, globalização e modernidade.* Petrópolis-RJ: Editora Vozes, 1998.

GASTALDO, É. **Estudos sociais do esporte:** vicissitudes e possibilidades de um campo em formação. In: *Logos 33 – Comunicação e Esporte.* v. 17, n. 2. Rio de Janeiro, 2010.

GELL, A. **Recém-chegados ao mundo dos bens:** o consumo entre os gonde muria da Índia. In: APPADURAI, A. *A vida social das coisas.* Rio de Janeiro: Editora UFF, 2008.

GIDDENS, A. **As consequências da modernidade.** São Paulo: Editora UNESP, 1991.

GUEDES, S. L. **Esporte, lazer e sociabilidade.** In: DUARTE, L. F. D. (Coord. de área); MARTINS, C. B. (Coord. geral). *Horizontes das ciências sociais no Brasil: antropologia.* São Paulo, AMPOCS, 2010.

GOHN, M. G. **Teoria dos movimentos sociais: paradigmas clássicos e contemporâneos.** São Paulo: Edições Loyola, 2008.

HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade.** Rio de Janeiro: Editora DP&A, 2005.

_____. **A questão multicultural.** In: *Da diáspora: Identidades e Mediações Culturais.* Belo Horizonte: Editora UFMG, 2005.

HANNERZ, U. **Fluxos, fronteiras, híbridos: palavras-chave da antropologia transnacional.** In: *Mana*, v. 3 n. 1. Rio de Janeiro, 1997.

HARAWAY, D. **Manifesto Ciborgue: ciência, tecnologia e feminismo socialista no final do século XX.** In: SILVA, T. T. (Org.). *Antropologia do Ciborgue: as vertigens do pós-humano.* Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2009.

HARVEY, D. **Condição pós-moderna.** São Paulo: Edições Loyola, 1993.

HOBBSAWM, E. **Era dos extremos: o breve século XX: 1914-1991.** São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

HONORATO, T. **A tribo skatista e a instituição escolar: o poder escolar em uma perspectiva sociológica.** Dissertação de mestrado em Educação Física, UNIMEP, 2005.

IANNI, O. **Teorias da globalização.** Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2007.

LE BRETON, D. **Condutas de risco: dos jogos de morte aos jogos de viver.** Campinas: Autores Associados, 2009.

LEWIS, O. **Life in a Mexican Village: Tepoztlán Restudied.** Urbana: University of Illinois Press, 1951.

MACHADO, G. M. C. **De carinho pela cidade: a prática do skate em São Paulo.** Dissertação de mestrado em Antropologia Social, USP, 2011.

MARSHALL, T. H. **Cidadania, classe social e status.** Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1967.

MILLER, D. **Consumo como cultura material.** In: *Horizontes Antropológicos.* Porto Alegre-RS, ano 13, n. 28, jul/dez. 2007.

_____. **Trecos, troços e coisas:** estudos antropológicos sobre a cultura material. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 2013.

NOVAIS, P. **A emergência das políticas competitivas.** In: *Uma estratégia chamada planejamento estratégico.* Rio de Janeiro: 7 Letras, 2010.

OLIC, M. B. **Entre o liso e o estriado:** skatistas na metrópole. Dissertação de mestrado em Ciências Sociais, PUC-SP, 2010.

PARK, R. E. **The City:** Suggestions of the Study of Human Nature in the Urban Environment. Chicago: University of Chicago Press, 1925.

PEREIRA, C. A. M. **O que é contracultura.** São Paulo: Editora Brasiliense, 1996.

PRESTES, J. F. M. **Construção de sentidos sobre rodas:** a prática do street skate no espaço urbano recifense. Dissertação de mestrado em Antropologia, UFPE, 2013.

POCIELLO, C. **Os desafios da leveza:** as práticas corporais em mutação. In: SANT'ANNA, D. B. *Políticas do corpo: elementos para uma história das práticas corporais.* São Paulo: Estação Liberdade, 1995.

RADCLIFFE-BROWN, A. **Introdução; Sobre o conceito de função nas ciências sociais; Sobre a estrutura social.** In: *Estrutura e Função na Sociedade Primitiva.* Petrópolis: Editora Vozes, 1973.

REDFIELD, R. **The Folk Culture of Yucatan.** Chicago: University of Chicago Press, 1941.

RIAL, C. **Rodar:** a circulação dos jogadores brasileiros no exterior. In: *Horizontes Antropológicos.* v. 14, n.30. Porto Alegre, jun/dez. 2008.

ROBERTSON, R. **Mapeamento da condição global:** globalização como conceito central. In: FEATHERSTONE, M. (Org.). *Cultura global: nacionalismo, globalização e modernidade.* Petrópolis-RJ: Editora Vozes, 1998.

SAHLINS, M. **La pensée bourgeoise.** In: *Cultura e Razão Prática.* Rio de Janeiro: Editora Zahar, 2003.

SANT'ANNA, D. B. **Entre o corpo e a técnica:** antigas e novas concepções. In: *Revista Motrividência,* n. 15, agosto de 2000.

TASCHNER, G. **Cultura do consumo, cidadania e movimentos sociais.** In: *Revista de Ciências Sociais Unisinos*, janeiro/abril de 2010.

TEIXEIRA, J. M.; CASTILHO, I. B. C. **A cultura do skate e o segmento skatewear, compondo dream brands para o público jovem.** In: *Revista Logo* v. 1, n. 1. Santa Catarina, 2010.

TELLES, V. S. **Sociedade civil e espaços públicos: os caminhos (incertos) da cidadania no Brasil atual.** In: *Direitos Sociais: afinal do que se trata?* Belo Horizonte: Editora UFMG, 1999.

_____. **Direitos Sociais: afinal do que se trata?** In: *Revista USP*, São Paulo, n. 17, p. 34-45, março/maio de 1998.

TOLEDO, L. H. **Torcidas organizadas de futebol.** Campinas-SP: Autores Associados/AMPOCS, 1996.

_____. **Futebol e teoria social: aspectos da produção científica brasileira.** In: *Revista Brasileira de Informações Bibliográficas em Ciências Sociais*. n. 52, p. 133-165, 2001.

UVINHA, R. R. **Lazer na adolescência: uma análise sobre os skatistas do ABC paulista.** Dissertação de mestrado em Educação Física, UNICAMP, 1997.

VAINER, C. B. **Pátria, empresa e mercadoria: notas sobre a estratégia discursiva do planejamento estratégico urbano.** In: ARANTES, O.; VAINER, C.; MARICATO, E. *A cidade de pensamento único: Desmanchando consenso.* Petrópolis: Ed. Vozes, 2002.

VEBLEN, T. **A teoria da classe ociosa – um estudo econômico das instituições.** São Paulo: Ática, 1974.

VIGARELLO, G. **Treinar.** In: CORBAIN, A.; COURTINE, J. J.; VIGARELLO, G. (Orgs.). *História do corpo: as mutações do olhar: o século XX.* Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2008.

WACQUANT, L. **Corpo e alma: notas etnográficas de um aprendiz de boxe.** Rio de Janeiro: Editora Relume-Dumará, 2002.

_____. **Habitus como assunto e ferramenta:** reflexões sobre tornar-se um boxeador. In: *Revista Estudos de Sociologia*. v. 2, n. 17, 2011.

WIRTH, L. **Urbanism as a Way of Life.** In: *The American Journal of Sociology*, v. 44. n. 1. Chicago: University of Chicago Press, 1938.

WOLF, E. **Cultura: panaceia ou problema?; Inventando a sociedade.** In: FELDMAN-BIANCO, B.; RIBEIRO, G. L. (Orgs.). *Antropologia e Poder – Contribuições de Eric Wolf*. Brasília: Universidade de Brasília; São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo; Editora Unicamp, 2003.

Sites consultados

www.cbsk.com.br

www.espn.com.br

www.scielo.com

www.veteramskater.com.br

www.youtube.com.br

www.nsga.com



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ANTROPOLOGIA SOCIAL

Entrevistas – A prática do skate em Natal a partir de experiências individuais

A) Sobre sua experiência

1. Como você conheceu o skate?
2. Como você passou a praticá-lo e quantos anos você tinha na época?
3. Qual sua principal motivação para andar de skate? Por que você anda de skate?
4. Como você entende o skate? O que é o skate? (esporte, lazer...?)
5. Você se inspira em algum skatista para andar, ou tem algum skatista como referência? Qual?
6. Assiste vídeos? Campeonatos (ex. Street-League, The Berrics)? Acompanha sites, revistas eletrônicas (ex. Thrasher)? Assiste programas de TV sobre skate?
7. Você tem patrocínio/apoio de alguma loja ou marca?
8. Com que frequência você anda? Quantas vezes por semana?
9. Você anda sozinho? Com quem você anda?
10. Você constituiu amigos a partir do skate? Conheceu amigos andando de skate?
11. Em média, quantos skatistas você conhece em Natal? Cite nomes...

B) Sobre os eventos em Natal (campeonatos/encontros...)

12. Você já correu ou corre campeonatos?
13. Já participou de encontros de skatistas, datas comemorativas (Ex. Go skate Day)?
14. Acontecem campeonatos em Natal? Com que frequência?
15. Quem organiza os eventos?
16. Em sua opinião, o número de eventos é satisfatório ou não?
17. O que poderia melhorar?
18. Qual a importância dos eventos para os skatistas de Natal?

C) Sobre os picos da cidade

19. Quais são os picos de skate que existem em Natal? Cite os principais...
20. Onde você anda? Por quê?
21. Já andou em outros picos?
22. Os picos são bons? Existe um número considerável de lugares?

D) Sobre o mercado do skate em Natal

23. O que você acha do mercado de skate em Natal? (Das lojas, produtos, preços...?)
24. Quais lojas existem?

25. Quais são as marcas comercializadas?
26. Você tem preferência por marcas?
27. Qual o valor dos produtos?
28. Para você, o preço das peças é razoável ou alto?
29. Como você faz para comprar as peças?
30. Onde você costuma comprar suas peças? Por quê?
31. Já comprou ou compra pela internet?
32. Com que frequência você compra as peças?
33. Utiliza produtos nacionais ou importados? Por quê?
34. Para você, o mercado do skate em Natal é satisfatório ou não? Por quê?
35. Em sua opinião, o que poderia melhorar?
36. As lojas contribuem para o desenvolvimento do skate em Natal? Dão apoio aos skatistas, organizam campeonatos/eventos etc.? Ou isso poderia melhorar?

E) Sobre as dificuldades de praticar o skate em Natal

37. Quais as principais dificuldades que os skatistas enfrentam na cidade?
38. O que falta para Natal ser uma boa cidade para o skate e para os skatistas?
39. De que forma a situação dos skatistas da cidade poderia melhorar?
40. Você acha que os políticos e governantes poderiam contribuir para melhorar a situação dos skatistas?
41. Como os políticos, juntamente com os empresários, poderiam contribuir para o skate na cidade?
42. É bom, razoável ou ruim andar de skate em Natal? Por quê?
43. O que há de bom em andar de skate em Natal?
44. Daqui para os próximos anos, como você imagina a situação dos skatistas em Natal? O skate tende a crescer ou não?



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE

CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ANTROPOLOGIA SOCIAL

Entrevistas – O mercado do skate em Natal a partir dos comerciantes e empresários

A) Informações Pessoais

1. Nome
2. Data de nascimento
3. Estado civil
4. Cidade onde nasceu
5. Nível de escolaridade
6. Ocupação/Profissão
7. Bairro onde mora
8. Tipo de moradia (casa/apto)

B) Informações sobre a Loja – Localização e Administração

1. Endereço
2. Data de inauguração
3. Horário de funcionamento
4. Espaço físico da loja (próprio/alugado)
5. Tipo de serviço prestado
6. Proprietário
7. Funcionários (salários, quantidade de empregados, etc.)
8. Despesas mensais
9. Margem de lucro mensal

C) Informações sobre a Loja – Produtos e Serviços

10. Quais produtos e bens a loja comercializa?
11. Quais as marcas comercializadas?
12. Qual o preço dos produtos? (em ordem crescente)
13. De que maneira a loja adquire e comercializa esses produtos?
14. Fale sobre a relação da loja com os representantes das marcas.
15. Em média, quantos produtos são vendidos diariamente?
16. Que produto possui maior demanda?
17. Quais os produtos menos vendidos?
18. Quais são as marcas mais e menos vendidas? Nacionais ou Importadas?

D) Informações sobre a Loja – Consumidores

19. Em média, quantas pessoas freqüentam a loja diariamente?
20. Qual o perfil dos clientes?
21. O que mais procuram?
22. Os clientes procuram mais por marcas, por produtos ou pelo preço?



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE

CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ANTROPOLOGIA SOCIAL

Entrevistas – História da prática do skate em Natal durante os anos 1980-90

A) Informações Pessoais

1. Nome
2. Data de nascimento
3. Estado civil
4. Cidade onde nasceu
5. Nível de escolaridade
6. Ocupação/Profissão

7. Bairro onde mora
8. Tipo de moradia (casa/apto)

B) O skate em Natal (1980-90) – Sua experiência Pessoal

1. Como você conheceu o skate?
2. Como passou a praticá-lo?
3. Com que idade começou a andar de skate?
4. Com quem você andava?
5. Em média, quantos skatistas você conhecia? Cite alguns nomes
6. Em quais lugares você andava?
7. Como você fazia para adquirir/comprar as peças?
8. Quais marcas você usava?
9. As peças eram caras ou baratas?

C) O skate em Natal (1980-90) – Sobre os skatistas

10. Em média, quantos skatistas havia nesse período?
11. Quem eram os skatistas que mais se destacaram?
12. Algum desses skatistas chegou a se profissionalizar?
13. Havia skatistas patrocinados por marcas ou lojas?

D) O skate em Natal (1980-90) – Sobre os picos

14. Quais eram os picos que existiam no período? Onde ficavam? Descreva-os
15. Como eram as sessões, tinham muitos skatistas, obstáculos? Onde eram realizadas?

E) O skate em Natal (1980-90) – Sobre o mercado

16. Fale sobre o mercado do skate na cidade daquele período
17. Quais lojas existiam?
18. Que marcas vendiam?
19. Qual era o preço dos produtos?
20. Quem eram os empresários do skate na cidade?
21. As lojas patrocinavam os skatistas? Que lojas e quais skatistas?
22. As lojas organizavam campeonatos?
23. As lojas contribuíam para o desenvolvimento da cena?
24. Aconteciam campeonatos/eventos? Com que frequência? Descreva os eventos
25. Quem organizava os eventos?

F) O skate em Natal (1980-90) – Informações complementares

26. Existiam pistas? Quais?
27. Existiam lugares onde os skatistas se reuniam diariamente para andar?
28. Em comparação com outras cidades do nordeste, por exemplo, João Pessoa e Fortaleza, o skate se desenvolveu em Natal durante os anos 1980-90?
29. Houve manifestações ou protestos de skatistas durante os anos 80 e 90?
30. Os skatistas tinham visibilidade perante o poder público?
31. Como os políticos se portavam em relação aos skatistas naquele período?
32. O que mudou daquela época em comparação com hoje?
33. O que permanece semelhante?



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ANTROPOLOGIA SOCIAL

Entrevistas – Sobre o Movimento Skate Potiguar (MSP)

A) Informações Pessoais

1. Nome
2. Data de nascimento
3. Estado civil
4. Cidade onde nasceu
5. Nível de escolaridade
6. Ocupação/Profissão
7. Bairro onde mora
8. Tipo de Moradia (casa/apto)

B) Sobre o Movimento Skate Potiguar (MSP)

1. O que foi o Movimento Skate Potiguar?
2. De que forma você participou do Movimento Skate Potiguar? (Como você ficou sabendo da existência do MSP? Como passou a participar das manifestações? Qual era sua participação no Movimento? O que você fazia?)
3. Qual sua principal motivação em participar do MSP?
4. O que o Movimento Skate Potiguar estava reivindicando? Qual a principal reivindicação do MSP?
5. Qual a justificativa em lutar politicamente por uma pista de skate em Natal?
6. O MSP era um movimento organizado? Tinha uma liderança?
7. Que tipo de encontros ocorria? Que tipo de manifestações e protestos o MSP realizava?
8. Descreva os eventos realizados pelo MSP, desde o primeiro até o último.
9. Em média, quantas pessoas participavam dos encontros do MSP?
10. Quanto tempo o MSP atuou? Que ano o MSP surgiu, e que ano deixou de atuar?
11. Quem eram as pessoas que participavam dos encontros do MSP?
12. Os encontros do MSP conseguiam mobilizar e reunir um número considerável de skatistas?
13. Por que o MSP acabou?
14. O MSP conseguiu o que reivindicava? Sim/não, por quê?
15. Alguma reivindicação do MSP foi atendida? Qual?
16. O MSP conseguiu melhorar a situação dos skatistas de Natal?
17. O mudou para os skatistas de Natal depois das manifestações do MSP?
18. Em sua opinião, Natal é uma boa cidade para o skate? O que falta? O governo apoia os skatistas da cidade? Fale sobre o papel do governo em relação aos skatistas.

Fotografias do Movimento Skate Potiguar (MSP)

