

PSYCHOBILLY CURITIBA: WHAT'S BEHIND THE MASK

PSYCHOBILLY CURITIBA: WHAT'S BEHIND THE MASK

Mariana Alves Leal
PUCPR, Brasil
mah.a.leal@gmail.com

Orientadora: Gabriela Garcez Duarte
PUCPR, Brasil
gabriela.garcezduarte@gmail.com

Resumo: O trabalho propõe uma análise a respeito do estilo de vida do grupo Psychobilly e o seu relacionamento com a metrópole, mais especificamente com a cidade de Curitiba, compreendendo não apenas hábitos, festivais e características, mas também definindo o grupo no conceito de “mancha urbana”, percebendo atuação no ambiente em que estão inseridos.

Palavras-chave: Psychobilly – Curitiba – Estilo de vida.

Abstract: The research proposes an analysis about the lifestyle of the Psychobilly group and its relationship with the metropolis, specifically the city of Curitiba, comprising not only habits, festivals and features, but also defining the group in the concept of “mancha urbana”, realizing its operations in the environment which they live.

Key words: Psychobilly- Curitiba – Lifestyle.

Objetivos

Este trabalho tem como objetivo estudar aspectos referentes ao grupo urbano Psychobilly que vive na cidade de Curitiba, por meio de três pilares: moda, estilo de vida e convivência com a cidade.

Este estudo busca por meio do entendimento dos pontos que definem a cultura, identidade e ambientação da mancha urbana perceber a importância do estilo e da cidade no que diz respeito à moda e ao grupo em questão na cena curitibana.

Analisando de maneira aprofundada o comportamento da juventude contemporânea que se encaixa no perfil Psychobilly e o que define a sua diferenciação em relação a outras “manchas urbanas”, pretende-se entender a influência de referências visuais e locais, assim como a reação à globalização, que contribui para formação e fortalecimento do grupo escolhido.

Metodologia

Por meio do estudo e análise de obras de diferentes autores como “Cultura, consumo e identidade” (BARBOSA; CAMPBELL. 2012), “A Cidade polifônica – Ensaio sobre a antropologia da comunicação urbana” (CANEVACCI. 2004), “Cultura de consumo e pós-modernismo” (FEATHERSTONE. 1987), “Jovens na Metrópole: etnografias de circuitos de lazer, encontros e sociabilidade” (MAGNANI; SOUZA. 2007), “Pós-modernismo – A lógica do capitalismo tardio” (JAMESON. 1997), “Adeus ao corpo – antropologia e sociedade” (LE BRETON, 2003), “Mundialização e cultura” (ORTIZ, 1994), “Enfeitada de sonhos” (WILSON, 1985), “Carecas do subúrbio: caminhos de um Nomadismo Moderno” (COSTA, 1993), “Cenas juvenis: punks e darks no espetáculo urbano” (ABRAMO, 1994) e “O que é rock” (CHACON, 1982). O projeto conta ainda com entrevistas da revista Vice, a monografia de Rafael Roccini Mello (2010) e artigos do informativo Fósforo.

Entretanto, somente os autores e teorias estudadas não seriam suficientes, por isso uma pesquisa de campo foi essencial para que a análise fosse assertiva. Ela foi desenvolvida não apenas pelo contato com o espaço urbano, mas também em ambiente virtual, visando algumas multifuncionalidades referentes à internet.



Fig. 1: Imagem da pista do Psycho Carnival 2013 (Fonte: Vice Online)

Resultados

Para realizar este trabalho, um estudo feito no Psycho Carnival 2013¹ foi efetuado. Comportamentos, escolhas, preferências, estilos, músicas e hábitos foram esmiuçados em uma tentativa de perceber os detalhes que compõe o grupo.

Apesar de não se tratar de um local físico permanente, o Psycho Carnival foi considerado uma mancha urbana, pois, durante o evento a identidade Psychobilly é exposta e permite assim que jovens, mesmo que não parte da subcultura, possam ter acesso.

1

¹ O Psycho Carnival é um dos maiores festivais de rock do Brasil, e ocorre tradicionalmente em Curitiba no período do Carnaval desde 2000.

Como é comum em manchas urbanas, um público misto compareceu às comemorações, não sendo formado exclusivamente por Psychobillies. A festividade contou também com curiosos e com pessoas que queriam aproveitar o recesso de maneira diferente.

Em relação ao número abrangente de “não psychobillies”, é possível apontar que outro motivo provável que os levam a ir ao Psycho Carnival, além de afinidades musicais, é uma possível identificação com padrões corporais e de estilo, pois como escreveu David Le Breton (2003, p. 27-28): “A anatomia não é mais um destino, mas um acessório da presença, uma matéria-prima a modelar, redefinir, a submeter ao design do momento”.

Por meio dos resultados obtidos durante o estudo, foi possível compreender melhor como a moda, cidade e os estilos de vida se relacionam, focando em uma mancha urbana específica.

De maneira aglutinadora e ao mesmo separatista, a cultura Psychobilly se apresenta à sociedade. De modo desterritorializado, mas sinalizada, o Psycho Carnival é exposto de maneira internacional, chamando a atenção para novos adeptos e curiosos que queiram desvendar a proposta da cultura por meio da música, culinária e festividade. Em seu livro “O que é rock” Paulo Chacon (1992) faz uma síntese interessante em relação à música e grupo de jovens urbano:

“O rock é e se define pelo seu público. Que por não ser uniforme, por variar individual e coletivamente, exige do rock a mesma poliformia, para que se adapte no tempo e no espaço em função do processo de fusão (ou choque) com a cultura local e com as mudanças que os anos provocam de geração a geração. Mais polimorfo ainda porque seu mercado básico, o jovem, é determinado pelo sentimento da busca que dificulta o alcance ao ponto da definição (e da estagnação...)”(CHACON. 1992)

De maneira sintética é possível colocar, por meio das informações contidas nas leituras já indicadas, que a cena Psychobilly de Curitiba teve sua primeira fase em 1988, quando o Teatro Paiol funcionou esporadicamente de

palco para as bandas. Durante a metade dos anos de 1990 ocorreu uma baixa de público, superada em 1996 com o lançamento do primeiro, e conseqüentemente mais antigo, evento dessa subcultura: O Psychobilly Fest.

Quatro anos depois foi lançada a primeira edição do Psycho Carnival, no ano 2000, que já chamava a atenção não apenas dos pertencentes ao grupo, mas também um número simbólico de entusiastas. Esse processo cabe comparar ao trecho: “circuitos, trajetos, manchas e até pedaços, constituem distintas modulações de uso e desfrute do espaço público: são diferentes versões da “rua” enquanto suporte do atributo “público” (MAGNANI;SOUZA. P252-253. 2007).

Colocando esse crescimento da cena e o tornar-se mancha, fica claro que em um quesito identidade o que define o real Psychobilly não é apenas um objeto ou a adoção do visual, pois o próprio grupo partilha de estéticas diferentes, mas o partilhar de hábitos e interesses, o querer conhecer a história do movimento, captar as crenças e o apoio ao grupo, como uma família. É o ato de definir-se individual por meio de um coletivo.

Conclusão

Os jovens grupos urbanos marcam a cidade por meio de sua produção cultural e o seu entendimento da tendência de globalização desterritorializada. É expondo o seu estilo de vida, moda e identidade que ele comunica a curiosos o valor que o grupo tem sem perder a sua integridade.

A globalização é a constante busca pelo fim do vazio por meio de inúmeras rupturas e o surgimento de manchas é a atividade de repaginar um conceito cultural que anteriormente servia de resposta, mas que hoje precisa ser reciclado. O grupo Psychobilly tem uma base sólida que se adapta de acordo com as influências que o meio promove diariamente, transformando-se sem perder a essência.

Referências

BARBOSA, Livia; CAMPBELL, Colin. **Cultura, consumo e identidade**. 4 º Edição, Rio de Janeiro: Editora FGV, 2012.

CANEVACCI, Massimo. **A cidade polifônica** – Ensaio sobre a antropologia da comunicação urbana. 2 º Edição, São Paulo: Studio Nobel, 2004.

FEATHERSTONE, Mike. **Cultura de consumo e pós-modernismo**. São Paulo: Studio Nobel, 1987.

GUILHERME CANTOR MAGNANI, José; MANTESE DE SOUZA, Bruna (orgs.). **Jovens na Metrópole: etnografias de circuitos de lazer, encontros e sociabilidade**. São Paulo: Editora Terceiro Nome, 2007.

JAMESON, Frederic. **Pós-Modernismo – A lógica cultural do capitalismo tardio**. São Paulo: Editora Ática, 1997.

LE BRETON, David. **Adeus ao corpo** – antropologia e sociedade. Campinas, São Paulo: Papius, 2003.

ORTIZ, Renato. **Mundialização e cultura**. São Paulo: Brasiliense, 1994.

WILSON, Elizabeth(trad. Maria João Freire). **Enfeitada de sonhos**. Rio de Janeiro, Edições 70, 1985.

CHACON, Paulo. **O que é rock?** São Paulo: Perspectiva, 1982.

ABRAMO, Helena. **Cenas juvenis: punks e darks no espetáculo urbano**. São Paulo: Scritta, 1994.

COSTA, Márcia Regina. **Carecas do Subúrbio: caminhos de um Nomadismo Moderno**. Petrópolis: Vozes, 1993.

Fig.1. Disponível em : < http://www.vice.com/pt_br/read/carnaval-de-topete>. Acesso em 09/08/2013