



## **Construção de identidade e de redefinição do cotidiano cultural do jovem: uma proposta da Revista MTV<sup>1</sup>**

Nayara Carla Teixeira<sup>2</sup>

Mestranda em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo

### **Resumo**

O meio comunicacional Revista MTV, através dos conteúdos publicados, trabalha no sentido de incentivar seus leitores à reflexão e ao engajamento a questões relativas à cidadania, o que reflete uma proposta de intervenção crítica na sociedade em que se insere. Este artigo questiona a contribuição do veículo para a configuração de novas formas de identidade e sociabilidade no cotidiano dos que a lêem.

### **Palavras-chave**

Juventude; Cidadania; Identidade Cultural; Comunidade; Sociabilidade

### **Breve histórico**

O canal de televisão MTV veio para o Brasil em 1990, com o intuito de disseminar a cultura musical através de vídeo-clips e, por adotar um visual moderno, atípico e de linguagem dinâmica (diferente de tudo o que existia na televisão brasileira da época), a emissora foi aceita rapidamente pela juventude<sup>3</sup>.

Mais tarde, ao tornar-se referência e parte integrante da identidade cultural dos jovens, a emissora ampliou sua grade de programação, passando a abrir espaço para a discussão de temas e perspectivas atuais do cinema, da cultura, do sexo, da moda, etc. Essa expansão motivou, também, a criação de outros canais de comunicação com os jovens (seu público-alvo<sup>4</sup>), como o site e a Revista MTV, fundada em 2001.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao NP 12 – Comunicação para a cidadania, do V Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom.

<sup>2</sup> Publicitária formada pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (Unidade Arcos) e mestranda pela Universidade Metodista de São Paulo (UMESP). E-mail: [nayarateixeira@yahoo.com.br](mailto:nayarateixeira@yahoo.com.br).

<sup>3</sup> Discute-se, adiante, o conceito de juventude.

<sup>4</sup> Segundo o Instituto de Pesquisa Marplan, o leitor da Revista MTV se concentra na faixa etária de 10 a 24 anos (84%), e dentre esse grupo, a sub-faixa de 15 a 19 anos se destaca (37%). Quanto à classe social, a maioria (55%) dos leitores da Revista pertence às classes A e B. Já em relação ao sexo, a proporção de homens é maior do que a de mulheres: 58% contra 42%, respectivamente. Ver: [www.mtv.com.br/publicidade](http://www.mtv.com.br/publicidade), acesso em 11/08/2004.



Espelhando-se na emissora, a Revista MTV abarca características inerentes ao que se pode chamar de ‘condição de juventude’ e torna-se um veículo de grande destaque no âmbito jovem. Tanto que, hoje, com apenas quatro anos de existência e uma tiragem de 80.000 exemplares, a Revista mensal MTV já conquistou 1.104.000 leitores recentes no Brasil e alcançou uma marca de 21 leitores por exemplar vendido<sup>5</sup>.

### **O jovem como destino e representação**

O veículo Revista MTV tem como público-alvo o jovem. No entanto, a abordagem à juventude não se iniciou com o surgimento deste veículo de informação. Pelo contrário, de acordo com Edgar Morin (1999), é a partir da década de 50 que a mídia<sup>6</sup>, vendo a força da cultura de consumo que então se instaurava, passa a enxergar nos jovens um público apto à ‘absorção’ de produtos lançados no mercado.

Neste período a mídia começava a disseminar o que poderia ser chamado de ‘modelo de jovem’ ou cultura adolescente-juvenil. Morin (1999, p. 139) contribui para a compreensão dessa cultura<sup>7</sup>:

*Esta cultura adolescente-juvenil é ambivalente. Ela participa da cultura de massas que é a do conjunto da sociedade, e ao mesmo tempo procura diferenciar-se. Ela está economicamente integrada na indústria cultural, capitalista, que funciona segundo a lei do mercado. E é, pois, um ramo de um sistema de produção-distribuição-consumo que funciona para toda a sociedade, levando a juventude a consumir produtos materiais e produtos espirituais, incentivando os valores de modernidade, felicidade, lazer, amor, etc.*

Contudo, a emancipação da cultura adolescente-juvenil, iniciada nos anos 50, apresenta, ainda hoje, muitas semelhanças em seus mecanismos. Como bem enfatiza Maria Rita Khel (in: BRETAS, Beatriz 1998, p.7): “na atualidade ainda há uma certa

---

<sup>4</sup> Informações levantadas pelo Instituto de Pesquisa Marplan, que teve como objetivo dar uma visão geral do desempenho da Revista MTV (índice de leitura, posição no ranking de revistas mensais, forma de obtenção, frequência de leitura, etc). Disponível em: <http://www.mtv.com.br/publicidade>, acesso em 11/08/2004.

<sup>6</sup> Adota-se, nesta pesquisa, a visão de Thompson (1998, p. 87) sobre o assunto. O autor se refere à mídia como um meio técnico capaz de criar novas formas de interação e relacionamento: “o meio técnico é (...) o elemento material com que, ou por meio do qual, a informação ou o conteúdo é fixado e transmitido do produtor para o receptor”.

<sup>7</sup> O termo cultura refere-se, aqui, ao conjunto de idéias, conhecimentos, técnicas, artefatos, padrões de comportamento e atitudes que caracterizam uma determinada sociedade. No entanto, a definição de cultura defendida por Kellner (2001, p.11) colabora para o entendimento da abrangência do termo: “a cultura, em seu sentido mais amplo, é uma forma de atividade que implica alto grau de participação, na qual as pessoas criam sociedades e identidades. A cultura modela os indivíduos, evidenciando e cultivando suas potencialidades e capacidades de fala, ação e criatividade”.



*imposição do caráter jovem (...) ser jovem virou slogan, virou clichê publicitário, virou imperativo categórico”.*

Ao enxergar o jovem como ator social e apropriar-se de suas representações, ou seja, ao reler seu comportamento na vida cotidiana, incorporar elementos e significados que o caracterizam e formar discursos que alimentam um protótipo a ele relacionado, pode-se dizer que a Revista MTV integra-se à grande mídia que produz, difunde e sustenta a circulação e emancipação de produções simbólicas ligadas a este segmento.

A fim de manter um estreito vínculo com a juventude, a Revista se apropria dos mais diversos assuntos de seu interesse, tais como: música, comportamento, esporte, cultura, moda, sexo, etc, e os aborda de uma forma diferenciada, utilizando, até mesmo, elementos de seu cotidiano, como a linguagem coloquial, jargões conhecidos e gírias.

Sua linha editorial se apóia numa proposta de inovação, ousadia e diferença, ou seja, representações interessantes e atraentes na concepção de seu público-alvo. Tudo isso para que seja aceita e, posteriormente, incluída no repertório cultural dos que a lêem.

O próprio editor-chefe da Revista, José Mangini, ao falar sobre o veículo, argumenta que: *“a linguagem arrojada, a irreverência, as novidades em primeira mão na área musical e a agilidade na transmissão de notícias (...) fazem com que a MTV ganhe crédito (...) junto ao seu público”*<sup>8</sup>.

### **A categoria “jovem”**

Adota-se, neste artigo, o entendimento de Dayrell e Melucci sobre o termo juventude.

Dayrell (2001, p.17) considera a noção de juventude não mais presa a critérios rígidos. Em sua perspectiva, ela deve ser encarada como parte de um processo de crescimento mais totalizante, que ganha contornos específicos no conjunto das experiências vivenciadas pelos indivíduos no seu contexto social. Assim, o autor passa a percebê-la não apenas como uma etapa com um fim predeterminado e muito menos como um momento de preparação que será superado quando entrar na vida adulta.

A visão de Dayrell aponta que ser jovem não é ter uma idade determinada, mas sim adotar certos modos de se portar no dia-a-dia e construir um modo peculiar de ser.

---

<sup>8</sup> Ver <http://www.mtv.com.br/publicidade>. Acesso em 11/08/2004



Configura-se por certas condutas/práticas que permitem posicioná-lo diante de si mesmo e da sociedade. Tais condutas e práticas, no entanto, acabam por demarcar uma identidade<sup>9</sup> juvenil.

Melucci (In: DAYRELL, 2001, p.18) tem pensamento similar. Para ele, a adolescência não pode ser interpretada como um tempo que termina, como a fase da crise ou de trânsito entre a infância e a vida adulta, entendida como meta última da maturidade. Mas representa o momento do início da juventude, um momento cujo núcleo central é constituído de mudanças do corpo, dos afetos, das referências sociais e relacionais. Um momento no qual se vive de forma mais intensa um conjunto de transformações que vão estar presentes de algum modo ao longo da vida.

### **Procurando instituir vínculos: da identidade à comunidade MTV**

A Revista MTV busca estabelecer uma certa familiaridade com seus leitores. Estes, por sua vez, ao perceberem que suas idealizações coincidem com os elementos estampados nas páginas dos exemplares que folheiam, tendem a compreender nesta proposta um vínculo identitário.

Ao falar sobre identidade, pressupõe-se, num primeiro plano, a referência a um conceito relacional, na medida em que significa a afirmação de um “Eu” ou de um “Nós” diante de um “Outro”.

Partindo da premissa de que o “eu” e o “social” não podem se ver como instâncias desvinculadas, considera-se a perspectiva do indivíduo como manifestante de uma conduta socialmente organizada. Assim, percebe-se o processo de construção de identidades como um efeito da relação do indivíduo ou grupo com processos sociais mais amplos. Sob essa perspectiva, afirma Sodré (1999 in: GORCZEWSKI, 2003):

*Dizer identidade humana é designar um complexo relacional que liga o sujeito a um quadro contínuo de referências, constituído pela interseção de sua história individual com a do grupo onde vive. Cada sujeito singular é parte de uma continuidade histórico-social, afetado pela integração num contexto global de carências (naturais, psicossociais) e de relações com os outros indivíduos, vivos e mortos. A identidade de alguém, de um si mesmo, é sempre dada pelo reconhecimento de um ‘Outro’, ou seja, a representação que o classifica socialmente.*

---

<sup>9</sup> Fala-se, em seguida, sobre identidade.

Castells (2000, p.22), apesar de não demarcar os mesmos pontos que Sodré, também discute o conceito de identidade. O autor salienta que:

*(...) no que diz respeito a atores sociais, entendo por identidade o processo de construção de significado com base em um atributo cultural, ou ainda um conjunto de atributos culturais inter-relacionados, o(s) qual(quais) prevalece(m) sobre outras fontes de significado. Para um determinado indivíduo ou ainda um ator coletivo, pode haver identidades múltiplas.*

Levando em conta as considerações de Sodré e de Castells, pode-se entender que os sujeitos formam e criam comportamentos, ao mesmo tempo em que desenvolvem um sentido de identidade, ao interagirem uns com os outros e com a realidade que os rodeia. E, justamente por isso, se encontram numa constante autoprodução, isto é, sua identidade não se encontra pronta, acabada ou determinada, mas sim em permanente formação, de acordo com as particularidades vivenciadas por cada um.

Evidenciando o que vem a ser e como se processa a questão da identidade, pode-se apontar que alguns jovens não apenas se apropriam da Revista MTV como uma forma de entretenimento, como também identificam, em suas páginas, elementos que podem ser incorporados ao seu repertório cultural. Dessa maneira, podem vê-la como um passaporte para a representação, apropriá-la como referência e fazer dela parte integrante de sua identidade.

Sendo assim, pode-se evidenciar ainda, que a Revista MTV, ao participar da realidade de seus leitores, contribui não apenas para a sua identidade cultural, como também para a formação de uma comunidade: a comunidade MTV — as formas de interação estimuladas pela Revista e compartilhadas pelos indivíduos que lhe atribuem um significado permitem dizer que constituem uma “comunidade”, à maneira que Patrick Tacussel (1998, p. 4-5) define o termo:

*comunidade (...) quer dizer literalmente ‘o humano comum’, ‘a humanidade compartilhada’ (...) a idéia de comunidade trata da relação social como um partilhamento de valores, de bens, de práticas que são constitutivas do sujeito na relação social.*

Ou ao considerar o pensamento de Rousiley Maia (1999, p.14) a cerca do tema:



*comunidade, no sentido sociológico tradicional, refere-se ao agrupamento social que se caracteriza por acentuada coesão, baseada no consenso espontâneo dos indivíduos que o constituem, consenso esse derivado de valores compartilhados.*

Nesse sentido pode-se inferir que a Revista permite que os seus leitores encontrem em seu conteúdo realidades e significados partilháveis, da mesma maneira que descubram, por seu intermédio, um meio de se inserirem em uma dada comunidade: a comunidade MTV ? representada e definida pelos elementos MTV.

Na esfera da qual a discussão da Revista MTV, dentre outros assuntos, será uma das atividades que mais mobiliza e envolve os membros. Ela seria o lugar onde os jovens poderiam ter e manter experiências similares, mesmo participando de diferentes mundos culturais e sociais.

Nesse contexto e na relação com a Revista MTV, a “comunidade MTV” pode ser compreendida, também, como um grupo de indivíduos articulados em prol do conceito de ‘juventude com atitude’, que é o principal conceito transmitido pela Revista.

### **A juventude de atitude**

Este veículo mediático não apenas assina “música + atitude”, como também estimula, através de suas matérias, artigos, entrevistas e reportagens, uma certa postura por parte de seus leitores, lançando a idéia de um comportamento que reflita a figura do “jovem com atitude”: um jovem que não somente lê, como também projeta suas ações para os conteúdos publicados.

Dessa forma percebe-se que, ao disseminar esse conceito, a Revista tem como principal intuito motivar seus leitores à compreensão e engajamento à questões relativas à cidadania, tanto que ela abre espaço para os Serviços de Utilidade Pública e discute, ao longo de suas edições e juntamente com outros temas, a questão da pobreza, do racismo, das ONGs que trabalham pela preservação ou pela paz do mundo, etc.

Este veículo procura despertar no jovem uma consciência crítica acerca de diversos assuntos polêmicos em nossos dias e convida-o a interferir no processo social da realidade. Essa interferência pode ser caracterizada pela manifestação de idéias e opiniões e/ou pelo fato de se ter iniciativa e comprometimento com questões relativas ao social, isto é, deve-se à postura ativa/participativa que os indivíduos que fazem parte da comunidade MTV podem vir a assumir.



Mesmo não sendo estimulados a formar uma ONG ou tornarem-se líderes comunitários (que também são formas de interferência), os jovens podem, ao fazerem-se membros da comunidade MTV, tomarem como seus o conceito de ‘juventude com atitude’ da Revista e promoverem mudanças — mesmo que estas sejam, apenas, ligadas ao seu estrito grupo de relações e não tenham a pretensão de atingir maiores dimensões.

A afirmação de que a Revista MTV trabalha seus conteúdos no sentido de incentivar seus leitores à reflexão e ao engajamento a questões associadas à idéia de cidadania (o que reflete uma proposta de intervenção crítica na sociedade) e que esse seu “posicionamento” visa estimular uma certa “postura” por parte de seus leitores, pode ser exemplificada com os seguintes fragmentos dos editoriais abaixo:

*vivemos numa época em que ou a gente se coloca (...) ou a gente dança. Que imparcialidade, o quê! É isso que procuramos fazer aqui nesta revista: mostrar a nossa cara, dizer o que a gente pensa, sem medo de ser feliz (...) - MTV MUSIC TELEVISION. São Paulo: ZMA3, n3, mai. 2001.*

*Estamos no Brasil, com todas as nossas guerras particulares para tocar: contra a fome, contra as diferenças sociais, contra o analfabetismo etc. e etc. e etc.(...) Por isso coragem, gente. Paz e coragem. E consciência. Com consciência a gente sempre descobre o caminho certo para seguir. O nosso próprio caminho, ou seja, o único que faz a diferença. Seja indo para a rua protestar, seja fazendo uma capa de revista, uma matéria, um programa, seja conversando com os seus amigos, expondo sua opinião, sua visão de mundo... - MTV MUSIC TELEVISION. São Paulo: ZMA3, n24, abr. 2003.*

*As coisas têm que mudar. E a gente tem que fazer nossa parte. Só a gente pode fazer essa mudança. Votando direito, assumindo nossos deveres, aprendendo a ser cidadão, construindo cidades e países possíveis, dignos de gente - MTV MUSIC TELEVISION. São Paulo: ZMA3, n16, jul. 2002.*

Através deles, vemos que o meio comunicacional Revista MTV realmente chama a atenção do jovem para as implicações provenientes da vida em sociedade, além de se incluir nos que tem este tipo de preocupação.

E, apesar desse veículo apresentar aos leitores algumas idéias de como executar essa intervenção, percebe-se, ainda, que ele sempre cogita a possibilidade de cada indivíduo poder fazê-la à sua maneira – independente de qual seja.

Em suma, a Revista tenta, por meio de seus conteúdos, arquitetar um jovem “de atitude”. Isso, considerando-se que

*os sistemas de comunicação revelam-se como formas culturais que contribuem para moldar nos indivíduos as maneiras de apreender o mundo, participando da estruturação da sociedade e sendo por ela estruturados (BRETAS, 2002, p.18).*

Assim, esse meio informacional não somente colabora para a formação de uma nova identidade cultural no âmbito do público que o apropria, como provoca, conseqüentemente, uma nova forma de sociabilidade<sup>10</sup>.

### **O viés da cidadania cultural como característica editorial**

Outra vertente que se mostra muito pertinente para o desdobramento deste artigo é o conceito de cidadania. Porém, ao adotar este termo não se pretende fazer referência à condição do indivíduo como portador de direitos e obrigações e membro de um Estado, mas sim, ao direito de participação cultural do indivíduo.

Martín-Barbero (2002, p.51) explica o conceito sob esta ótica:

*A cidadania está ligada ao direito de informar e ser informado, de falar e ser ouvido, imprescindível para poder participar das decisões que dizem respeito à coletividade. Uma das formas mais flagrante de exclusão cidadã hoje, situa-se exatamente aí, em não possuir o direito de ser visto e ouvido, o que equivale ao direito de existir/contar socialmente, tanto no terreno do individual como do coletivo (...).*

Bretas (2002, p.136) também discute a questão, de maneira mais detalhada:

*Uma condição fundamental à cidadania cultural refere-se ao acesso aos bens simbólicos. O exercício desta cidadania diz respeito à participação dos indivíduos no processo de decisão sobre o que produzir, como produzir, como distribuir e utilizar os bens simbólicos, de modo que haja menos desigualdades (...).*

*Assim, o exercício da cidadania cultural passa pelo direito de compartilhar da informação e do conhecimento, viabilizado pela capacidade de leitura dos consumidores de bens simbólicos. Entretanto, não só o direito à leitura é suficiente para tal exercício: é necessário também incorporar o direito à expressão, convertendo leitores em produtores de textos, a serem veiculados em canais de comunicação conquistados pela sociedade.*

---

<sup>10</sup> Fala-se, posteriormente, sobre sociabilidade.

Apropriando-se das visões de Barbero e Bretas percebe-se que a Revista MTV trabalha numa perspectiva cidadã na medida em que abre espaço para que seus leitores discutam idéias e assuntos, estabeleçam trocas, opinem, participem de seu conteúdo, etc.

A redação da Revista nota que, na atual conjuntura, os jovens estão evidenciando formas frágeis e insuficientes de inclusão e tenta, na medida do possível, colaborar para que eles encontrem, nas páginas dos exemplares, formas de se inserirem no contexto e terem voz ativa sob a produção de bens simbólicos.

Nesse sentido, apresentam duas seções onde é possível haver manifestação: “Boca no Mundo” e “SeçãoZona”. Dando sua contribuição pessoal ao veículo, o leitor pode deixar de ser mero receptor para colocar-se, também, como produtor cultural do mesmo (ou, como um jovem com atitude).

Mas, embora ela apresente seções para que o leitor interfira na cena cultural com suas próprias produções e demonstre o que pensa ou sente, esta não é a única característica que evidencia sua conexão com o viés da cidadania.

A Revista também lança campanhas ligadas ao social na tentativa de unificar esforços individuais em defesa de interesses comuns. Ou seja, ela divulga determinadas questões relacionadas às condições de vida da sociedade e ajuda seus leitores a refletirem sobre como seu empenho pode vir a transformar a realidade. Além disso, mostra como a perspectiva humanista, a ajuda e o respeito mútuo são, ainda nos dias de hoje, indispensáveis para uma boa convivência.

Mas, torna-se necessário alegar que a Revista MTV não apresenta, todo o tempo, assuntos e temas educativos. Como qualquer outro meio de comunicação, ela também se ocupa de temas triviais. Até porque, para conseguir alcançar uma boa vendagem e assemelhar-se à emissora, fazer uso de matérias cujo propósito é apenas gerar entretenimento torna-se quase uma pré-condição.

Porém, mesmo sem falar de temas polêmicos e/ou críticos a todo o momento, ela permite que seus leitores tenham acesso e ‘presenciem’ realidades que talvez não viveriam em seu cotidiano.

A maior parte dos leitores do veículo pertence às classes A e B e, por este motivo, provavelmente não sabem como é a viver na pobreza, como é sentir-se discriminado sexual, racial e economicamente e como é se ver pressionado, diante dessas e outras realidades, a tomar uma atitude.



Talvez, o exemplar seja o caminho para que este público discuta e se informe sobre situações que afetam, principalmente, pessoas com menor poder aquisitivo, recursos e grau de instrução, ou seja, situações que dizem respeito às minorias.

No entanto, seus editores certamente percebem que essas situações que emergem da atual conjuntura afetam não somente quem as vivencia como também a sociedade como um todo. Justifica-se aí, o fato desse veículo comunicacional procurar despertar no jovem uma consciência crítica acerca de diversos assuntos polêmicos em nossos dias e tentar convidá-lo e incitá-lo a interferir no processo de construção social da realidade.

Abordando tais assuntos da maneira que o jovem deseja ver, isto é, apontando-os de modo inusitado, irreverente e chamativo, a Revista consegue suscitar seu interesse para os problemas que afligem diversos indivíduos.

Então, o fato de abrir um espaço que geralmente pode ser usufruído apenas pelos consumidores do veículo (ou seja, um canal nem tão amplo e acessível), não exclui os méritos da Revista MTV. Ainda mais ao considerar que ela é, atualmente, a única revista do gênero que trabalha no sentido de motivar o jovem a manter uma postura cidadã.

### **Em rumo a sociabilidade**

Maffesoli (1987, citado por Rousiley Maia) entende que *“a sociabilidade apresenta-se como um aspecto fundamental do estar-junto, de relações de partilha entre indivíduos livres para identificações sucessivas”*.

Mendonça (2000, p.45), numa mesma perspectiva, entende que as interações sociais (redes de sociabilidades) são capazes de produzir um sentido compartilhado intersubjetivamente, à maneira de um fio que compõe a trama do tecido social das sociedades complexas.

Concepções que permitem perceber que o processo de sociabilidade caracteriza-se pela extensão de hábitos, gostos, práticas, pensamentos, atitudes, visões de mundo e modos de vida antes, particulares, à sociedade. É um processo de integração e influência recíproca por parte dos indivíduos. Tal como o “fio” descrito por Mendonça, representa uma sociedade onde existem diversas culturas que interagem continuamente e de forma significativa.

Os indivíduos que lêem os exemplares da Revista MTV e/ou os que são parte integrante da comunidade MTV estariam impulsionando um processo de sociabilidade



ao partilharem referências e identificações, ainda que relacionadas, sobretudo, às significações provenientes deste meio de comunicação.

### **Considerações finais**

Desde a primeira metade do século XX, as práticas culturais dos agrupamentos juvenis e suas relações com os meios de comunicação vêm despertando o interesse de estudiosos de diversas áreas do conhecimento, como a comunicação, as ciências sociais, a antropologia, etc. Assim, observa-se uma incessante preocupação em investigar e compreender como se configuram as temáticas culturais e juvenis.

Por constatar-se a possibilidade de se entender melhor as práticas culturais juvenis, através de um estudo sobre a relação estabelecida entre os processos sociais e/ou subjetivos vivenciados pela juventude brasileira e as formas comunicativas midiáticas disseminadas pela Revista MTV, escolhe-se este tema.

Ao analisar a Revista MTV percebe-se que, além de abordar vários temas vinculados ao entretenimento e estabelecer uma relação entre a música (que é principal produto, tanto do canal de TV quanto de suas páginas) e as matérias, ela tenta resgatar a consciência crítica de seu jovem leitor.

Mesmo tratando de assuntos triviais, a Revista MTV procura se encaixar numa postura que reflete noções de cidadania. O que justifica o aparecimento de temas ligados ao social ao longo das edições.

Apesar de todas as suas publicações tentarem seguir o mesmo perfil, algumas mostram-se mais relacionadas com temas que remetem à questões ligadas à aspectos de cidadania e outras, menos. Talvez esse fato tenha conexão ou interdependência com os assuntos que estão em pauta no momento em que se está elaborando o exemplar do mês.

Enfim, tem-se que suas edições assinam “música + atitude” com o propósito de difundir a idéia de um jovem que manifesta suas idéias e opiniões da mesma forma que procura, mesmo que a seu modo, uma forma de interferir no processo de construção social da realidade.

Portanto, acredita-se que a Revista procura edificar um vínculo identitário com o jovem que a lê e que, para isso, ela discute temas de interesse do jovem, fala de uma maneira que lhe é própria e familiar e chama-o a desenvolver um olhar crítico sobre os problemas que afetam a realidade sócio-cultural.



Isso, além de tentar despertar em seus leitores a preocupação com problemas de conjuntura comunitária e propagar a idéia de um jovem determinado, que demonstra seu ponto de vista e procede diante das imposições cotidianas, ou seja, um jovem de atitude.

### Referências bibliográficas

BRETAS, Beatriz. *Interações telemáticas*: Estudo sobre jovens internautas de Belo Horizonte. Belo Horizonte: UFMG, 2000. Tese (Doutorado em Ciências da Informação) — UFMG. Belo Horizonte.

CASTELLS, Manuel. *O poder da identidade*. 2ed. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

DAYRELL, Juarez. *A música entra em cena*: o rap e o funk na socialização da juventude em Belo Horizonte. São Paulo: USP, 2001. Tese (Doutorado em Educação) 3/4 USP. São Paulo.

FAIRCLOUGH, Norman. *Discurso e Mudança Social*. Brasília: Editora UnB, 2001.

GIDDENS, Anthony. *Modernidade e Identidade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.

GORCZEWSKI, Deisimer. *O Hip-Hop e a mídia no cenário urbano*. In: XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Belo Horizonte: Anais Intercom, 2003.

HABERMAS, Jürgen. *Discurso Filosófico da Modernidade*. Lisboa: Publicações Dom Quixote, 1990.

HALL, Stuart. *A Identidade Cultural na Pós-Modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

MAIA, Rousiley C. Moreira. *Identidades em Contextos Globalizados e Multiculturais*: alguns dilemas da desigualdade e da diferença. Geraes – Revista de Comunicação Social, Belo Horizonte, nº 50, pp. 12-23, 1999.

MAFFESOLI, Michel. *O Tempo das Tribos*: o declínio do individualismo nas sociedades de massa. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1998.

MORIN, Edgar. *Cultura de massas no século XX*: Necrose. 3 ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1999.

MTV MUSIC TELEVISION. São Paulo: ZMA3, n 1, mar. 2001.



MTV MUSIC TELEVISION. São Paulo: ZMA3, n 16, jul. 2002.

MTV MUSIC TELEVISION. São Paulo: ZMA3, n 23, mar. 2003.

MTV MUSIC TELEVISION. São Paulo: ZMA3, n 24, abr. 2003.

MTV MUSIC TELEVISION. São Paulo: ZMA3, n 25, mai. 2003.

MTV MUSIC TELEVISION. São Paulo: ZMA3, n 30, out. 2003.

TACUSSEL, Patrick. *Comunidade e sociedade: a partilha intersubjetiva do sentido*. Geraes – Revista de Comunicação Social, Belo Horizonte, nº 49, 1998.

THOMPSON, John B. *Ideologia e Cultura Moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa*. Rio de Janeiro: Vozes, 1995.

THOMPSON, John B. *A Mídia e a Modernidade: uma teoria social da mídia*. Rio de Janeiro, Vozes, 1998.