

“Eles” e os Outros: o Processo de Construção da Identidade de Grupo Baseado na Representação do Alternativo¹

RESUMO

O presente trabalho trata do consumo cultural e da identidade juvenil, a partir de um estudo de caso que teve como objeto um determinado grupo de jovens da cidade de Santa Maria-RS. Estudando o uso e apropriação dos meios de comunicação massivos, segmentados, alternativos e independentes por parte desses jovens, a investigação verificou de que forma a representação do estilo alternativo atua como fator de reconhecimento para os integrantes do grupo e de diferenciação em relação a outros jovens. O referencial teórico deste trabalho baseou-se em autores como Jesús Martín-Barbero e Guillermo Orozco Gómez, e no conceito de mediação utilizado por eles. Autores como Manuel Castells e Nestor García Canclini também foram utilizados, sobretudo para a análise dos aspectos referentes ao consumo e à identidade do grupo investigado.

Ramiro Eisinger Guimarães²

Universidade Federal de Santa Maria – UFSM

PALAVRAS-CHAVES

Consumo cultural, estilo juvenil e identidade.

1. INTRODUÇÃO

O presente trabalho trata do consumo cultural e da identidade juvenil, a partir de um estudo de caso, que teve como objeto um determinado grupo de jovens da cidade de Santa Maria-RS. Estudando o uso e apropriação dos meios de comunicação massivos, segmentados, alternativos e independentes por parte desses jovens, a investigação verificou de forma a representação do alternativo atua como fator de reconhecimento para os integrantes do grupo e de diferenciação em relação a outros jovens. Dessa maneira, foi necessário descrever os usos e apropriações da oferta cultural midiática por um grupo de jovens que participa da cena alternativa de Santa Maria; observar a incorporação do consumo midiático na produção do estilo alternativo, baseado em vertentes das músicas *punk*³, *heavy metal*⁴ e *grunge*⁵, que caracteriza o grupo estudado, bem como

¹ Trabalho apresentado à Sessão de Temas Livres.

² Bacharel em Comunicação Social – Habilitação Jornalismo pela UFSM.

³ O *punk* surgiu na Inglaterra em meados da década de 70. Caracterizado pela sua postura crítica em relação à sociedade, o estilo destaca-se por bandas expoentes como Ramones, Sex Pistols e The Clash.

descrever as representações e práticas sociais/culturais que conformam a identidade desses jovens do estilo alternativo, através da descrição do cotidiano dos integrantes que formam o grupo.

O estudo sobre consumo cultural e identidade juvenil foi realizado mediante uma pesquisa etnográfica, e consistiu na utilização do método da observação participante e na aplicação de entrevistas em profundidade. Através desta entrevista obteve-se dados a partir dos quais foi possível relacionar a apropriação de bens materiais e simbólicos (vestuário, acessórios, CD's, revistas, rádio, televisão e Internet) por parte dos jovens com a prática social dos jovens investigados no cotidiano, no grupo e fora dele. A partir da observação participante foi possível descrever as manifestações culturais referentes ao estilo alternativo, acompanhado shows e freqüentando ensaios das bandas.

Na realização deste trabalho foram entrevistados 10 jovens, 6 meninos e 4 meninas, com idade entre 14 e 22 anos. O objetivo é dar uma mostra desse grande grupo alternativo que existe na cidade. Um recorte, através do qual pretende-se destacar alguns aspectos do grupo, no que se refere ao consumo, ao estilo e à identidade deste.

Bruno, 18 anos, concluiu o ensino médio na Escola Estadual Cícero Barreto. Mora com a mãe na Vila Negrini. Trabalha como colaborador na banca de troca de livros da Casa de Cultura. Gosta muito de *grunge*, de Nirvana em especial. Cristiano, 20 anos, estudou na Escola Estadual Maria Rocha e pretende prestar vestibular para Música – Licenciatura na UFSM. Morou cerca de dois anos em Ijuí com o seu pai. Atualmente vive com sua mãe em Santa Maria, em um apartamento na Rua Major Duarte, Centro. É fã de *heavy metal*. Gabriela, 15 anos, estudou até a sétima série do ensino fundamental no Instituto de Educação Olavo Bilac. É natural de Rosário do Sul. Veio definitivamente para Santa Maria em fevereiro de 2002. Mora com sua mãe e irmãos no Edifício Taperinha, na Rua do Acampamento, Centro. Gosta de *heavy metal* e de *grunge*. Juliana, 20 anos, cursou o ensino médio no Colégio Manoel Ribas. Mora com os pais e irmãos

⁴ O *heavy metal* teve seu início na Inglaterra, a partir de bandas do rock progressivo, tais como Cream e The Yardbirds. Caracteriza-se, entre outras coisas, pela temática mística. Black Sabbath, Iron Maiden e Metallica são consideradas as maiores bandas do gênero.

⁵ O *grunge* apareceu pela primeira vez em Seattle, Estados Unidos, no início da década de 90. Possui uma temática intimista e reflexiva, e têm nas bandas Nirvana e Pearl Jam seus representantes mais conhecidos.

numa casa na Rua Ernesto Becker. Gosta bastante de *grunge*, *heavy metal* e rock progressivo. Leandro, 17 anos. Concluiu o ensino médio na Escola Estadual Rômulo Zanchi e atualmente está procurando emprego. Reside com seus pais e irmã numa casa na Vila Schirmer. Leandro é grande apreciador de *punk/hardcore*. Matheus, 17 anos. Estudou na Escola Estadual Coronel Pilar. Mora na Vila Schirmer. Tem um gosto musical bem diversificado, que vai do *punk* ao *heavy metal*. Rafael, 18 anos. Concluiu o ensino médio no supletivo noturno da Escola Estadual Cícero Barreto e pretende prestar vestibular para Zootecnia. Mora com a irmã e a avó numa casa no Bairro do Rosário. Gosta de ouvir *heavy metal*, só *heavy metal*. Sebastião, 22 anos, é irmão de Gabriela. Concluiu o ensino médio no supletivo do Colégio Objetivo, que é particular. Tem interesse em cursar Artes Plásticas na UFSM. É fã, principalmente, de *grunge*. Taciane, 16 anos, cursa o terceiro ano do ensino médio no CIEP Paulo Lauda. À tarde trabalha como atendente numa loja no Centro. Reside com a mãe e a irmã numa casa na COHAB Tancredo Neves. Gosta de ouvir *punk/hardcore*. Vanessa, 14 anos, está no primeiro ano do ensino médio na Escola Estadual João Belém. Mora com a família num apartamento na Rua Benjamin Constant, Centro. É fã de *punk/hardcore*.

Para o propósito deste trabalho, utilizar-se-á o termo estilo, em vez de subcultura. O conceito de subcultura juvenil foi usado pelos primeiros estudos culturais realizados na Grã-Bretanha para explicar o aparecimento dos *skinheads*, gangues, *punks* e outras formas de manifestações juvenis do pós-guerra, representativas de ideologias, atividades, valores, espaços vividos e objetivos comuns dos jovens das classes operárias. Essas subculturas, consideradas rebeldes ou desviantes, eram definidas por ações, linguagens, e formas de consumo e lazer que se caracterizavam por um estilo diferenciado (Zaluar apud Ronsini, 2002: 98). Os termos cultura e subcultura não se aplicam à velocidade da transformação das identidades e práticas sociais no mundo globalizado.

O estilo alternativo⁶ remete a uma rede de significados que se manifesta via a produção simbólica, determinando o estilo, que pelo entrelaçamento de seus

⁶ O termo alternativo será utilizado neste trabalho em três acepções: a mídia, a cena e o estilo. O termo mídia alternativa trata das formas de produção e circulação da informação, conforme especificado no item 3. A cena alternativa remete ao movimento cultural gerado pelo grande número de bandas e que pode ser percebido nos

elementos organicamente relacionados, produz o senso, a visão de mundo e as práticas dos membros do grupo. (Hebdige apud Brandini, 2004: 14)

2. CONCEITO DE MEDIAÇÃO

O que o presente estudo propôs é uma investigação acerca do consumo cultural e sua importância na formação da identidade juvenil. A ideia foi realizar uma pesquisa partindo não da análise das lógicas de produção e recepção, mas sim das mediações, ou seja, dos lugares dos quais provêm as construções que delimitam e configuram a materialidade social e a expressividade cultural dos meios de comunicação de massa (Martín-Barbero, 2001:304). O conceito é fundamental para compreender de maneira mais completa a apropriação que os jovens investigados fazem daquilo que consomem proveniente das diferentes mídias. A mediação é o local onde os bens simbólicos e materiais adquirem o seu real significado. É na vivência do cotidiano que toda a informação é transformada e assimilada.

O conceito de mediação também é bastante utilizado por Guillermo Orozco Gómez, que complementa essa definição ao apresentar o seu modelo das mediações múltiplas. Esse modelo parte de uma proposta do autor de adequar a teoria à pesquisa empírica, e entender de maneira mais ampla a relação da audiência com os meios de comunicação. Entre as noções de mediação apresentadas por Orozco Gómez, cabe destacar as chamadas mediações de referência e comunidades de interpretação. O autor define as mediações de referência como aquelas características que situam o grupo em um contexto ou ambiente específico. Já com o termo comunidades de interpretação, Orozco Gómez refere-se aos locais onde se constroem os sentidos, os espaços nos quais a experiência e consumo individuais adquirem significado no coletivo. Ou seja, as comunidades de referência funcionam como fontes de identidade para os receptores (Orozco Gómez, 1997:116).

No caso deste estudo, é o grupo alternativo que atua como fator preponderante na mediação de referência. A condição juvenil é uma característica compartilhada entre os membros do grupo e determinante na consolidação deste

espaços públicos e nos locais de shows. Por fim, o estilo alternativo refere-se às práticas culturais e ao modo de representação do grupo de jovens investigado.

como comunidade de interpretação. É a partir disso, do compartilhamento das experiências dos jovens dentro do grupo, que os bens materiais e simbólicos adquirem um sentido mais completo para cada um deles, atuando de maneira decisiva no processo de construção das identidades.

A partir de uma perspectiva culturalista, é possível definir comunidade como o conjunto de sujeitos, os quais não apenas compartilham um significado comum, como também pelo fato de participar dessa comunidade adquirem sua própria identidade. (Orozco Gómez, 1990: 27)

Para melhor verificar a importância do grupo na formação da identidade destes jovens é necessário compreender o processo de recepção midiática sob quatro aspectos: como uma atividade situada (o contexto), de rotina (habitual e incorporada ao cotidiano dos indivíduos), especializada (necessita de um conhecimento prévio para ser realizada) e hermenêutica (interpretação e sentido). As mensagens da mídia são comumente discutidas por indivíduos durante a sua recepção e depois; elas são portanto elaboradas discursivamente e compartilhadas com o círculo mais amplo de indivíduos que podem ter participado (ou não) do processo inicial de recepção (Thompson, 2002: 45).

A apropriação dos bens materiais e simbólicos deve ser pensada como um processo mais extenso de formação pessoal, através do qual os indivíduos desenvolvem um sentido, para eles mesmos e para os outros, de uma história, de seu lugar no mundo e dos grupos sociais a que pertencem. É dentro do grupo que se encerra o esse processo de apropriação.

3. CENA E PERSONAGENS

Tem que gostar mesmo, de verdade. Conhecer as bandas, gostar do tipo de som. Se quiser só aparecer, não adianta (Gabriela, 15 anos, *heavy metal* e *grunge*)

A atual cena alternativa em Santa Maria começou a se organizar a partir de 2000, com a realização de shows, a promoção de festivais e o surgimento de algumas bandas. São mais de vinte bandas surgidas nos últimos três anos, tais como, como Souls Gallery, Mandrágora (ex-Escaravelho), Open Sore, Jardim Zehn, Red Mosquito, Tarja Preta, The Krusts, Stress, Exumados, Bispo do Rosário.

Uma exceção nesta cena, é a Tijolo Seis Furos (T.S.F.), que existe desde 1995 e é uma das bandas mais ativas atualmente em Santa Maria. A T.S.F. possui um CD gravado e lançado de maneira independente, *Reciclando o Terror*, de 2003.

Estas bandas permanecem em plena atividade na cidade, reunindo-se, ensaiando, gravando demos e fazendo shows. Enfim, movimentando a cena rock, a cena alternativa. Caracterizam-se pelo trabalho autoral, e principalmente por isso mantém-se, com raríssimas exceções, à margem da mídia local. Tanto os canais de televisão (RBS e Pampa) como os jornais impressos (Diário de Santa Maria, *A Razão* e *A Cidade*) como a rádio (Atlântida) não privilegiam essas bandas. Cabe destacar que a mídia impressa, o *Caderno Teen*, encartado nos finais de semana no *Jornal A Razão*, e a coluna *Zoom*, do *Caderno Diário 2* do *Diário de Santa Maria*, até colaboram divulgando alguns shows, porém é muito pouco, se considerando toda a agitação da atual cena alternativa da cidade. O pouco interesse da mídia apenas fortalece esse caráter alternativo do estilo em questão.

Uma característica que pode ser evidenciada, não somente nas bandas, mas também no público, nos personagens desta cena é a diversidade de estilos. *Heavy metal*, *grunge* e *punk*, são os três gêneros musicais que orientam o grupo investigado. E ainda que alguns membros deste grupo sejam um pouco intolerantes com relação a essa diversidade, a convivência entre os adeptos dos três estilos é bastante tranqüila. O que acaba prevalecendo é o estilo alternativo.

Tem uns subgrupos: tem um pessoal mais do Led (Zeppelin), som mais setentão, mais do (Deep) Purple; tem um pessoal mais do black; e um outro pessoal mais do *punk*. Ah, e tem ainda a galera do *grunge*, Seattle e tal. Enfim, tem gostos mil... Cada um curte uma coisa diferente, mas o cara se identifica por isso, mais por gostar de um som que não tá na mídia, coisa que não é moda. Alternativo, né!?! (Cristiano)

O que permite se denomine de cena o que ocorre com as bandas hoje em Santa Maria é o fato de haver uma organização e uma união entre elas. Um exemplo disso é o Sub-Asfáltico, um grupo formado por alguns integrantes das bandas alternativas da cidade, ou como eles mesmos se definem “aqueles que dão vida ao cenário alternativo de Santa Maria, como estudantes universitários, músicos, doidões, artistas e trabalhadores”. O grupo não tem outro objetivo senão organizar eventos desta cena alternativa. O Sub-A iniciou suas atividades em

setembro de 2003 com a realização de dois shows na Catacumba da Boate do Diretório Central dos Estudantes da Universidade Federal de Santa Maria (DCE – UFSM)⁷, local que fica abaixo do nível da Rua Professor Braga, daí o nome do grupo, uma referência ao *underground*. O grupo Sub-Asfáltico promove, em média, dois shows por mês. Atualmente, esses eventos acontecem em locais como a Boate do DCE - UFSM (geralmente sábados à noite) e a sede da Associação dos Funcionários da Viação Férrea.

Uma demonstração do importante papel deste grupo foi a realização dos Ensaio Olelé Olalá – Carnaval del Rock, durante o Carnaval de 2004. Foram três dias de shows, sábado, domingo, e segunda-feira de Carnaval, com 20 bandas tocando. É uma amostra do que são os adeptos do estilo alternativo: enquanto a maioria dos jovens freqüentava bailes em clubes da cidade, os alternativos estavam reunidos o Ateliê do Antero, uma espécie de porão com as paredes todas preenchidas com desenhos e frases protesto, bebendo cerveja barata e pogueando⁸. E ouvindo música. Não axé, nem pagode. Rock, rock alternativo, que não está na mídia.

A partir da metade de 2002 deu-se o auge desta cena alternativa na cidade. Cerca de 20 jovens reuniam-se na frente da Fininvest no Calçadão, onde passavam as tardes, e às vezes até as noites, bebendo, conversando sobre música e chamando a atenção de quem passasse por ali. Foi a partir desse momento que o grupo tornou-se uma referência de rebeldia para muitos jovens de Santa Maria. Não demorou para que vários outros aparecessem todos vestidos de preto e usando camisetas de banda. Isso gerou alguns atritos dentro do grupo, em virtude desses que queriam apenas ostentar um visual, tentar aparecer, sentar no chão e fazer pose.

Popularizou porque o pessoal gosta: “ah, é legal, eu vou me vestir que nem eles, usar aquelas pulseiras”, mas não seguem, não têm a tradição de ouvir o som, só usam pra acompanhar os outros. (Rafael)

⁷ Catacumba é um lugar muito importante para a cena alternativa. Foi fechada em novembro de 2003, por determinação da Assembléia dos Moradores da Casa do Estudante Universitário (CEU I) sob alegação de perturbar o sossego público.

⁸ Termo utilizado pelo grupo e que se refere à dança “pogo”, típica dos grupos *punks*.

O recente modismo do estilo alternativo serviu para destacar, para tornar mais evidente as duas principais características distintivas do grupo: freqüentar os shows das bandas locais, e gostar e conhecer realmente as bandas.

O fato de ter conhecimento de bandas e artistas pouco conhecidos está diretamente ligado ao consumo de bens materiais e simbólicos alternativos. É através do consumo que se percebe a diferenciação entre aqueles que são de fato alternativos e os alternativos da última hora, os quais até se assemelham no visual, mas são totalmente diferentes no que se refere ao som, usam camisetas de banda, mas não sabem nada sobre elas.

Essa distinção, na maioria das vezes, é imperceptível àqueles que não fazem parte do grupo. Mas é fundamental como fator de diferenciação entre esses jovens. Para o grupo alternativo o visual já não é mais o principal fator de reconhecimento, uma vez que este está, de certa forma, banalizado.

Na camisa eu não coloco *smells like a teen spirit*, eu coloco *milk it!*, que é uma música que eu gosto e tem gente que não conhece. Daí quando chega alguém e te fala: “legal essa música, esse disco é bom”, tu sabe que se trata de uma pessoa que conhece mesmo. É uma seleção natural que dá pra ti fazer. (Bruno)

Inclusive, porque para os jovens adeptos do estilo alternativo, o fato de usar uma camiseta possui um significado, pressupõe que aquele que esta mostrando para os demais ser fã de determinada banda ou artista, realmente o é. Caso isso não seja verdade, o grupo reage, não tolera e rejeita tal atitude.

4. CONSUMO E ESTILO

É um som diferente, então queira ou não, a gente acaba de tornando diferente dos outros. (Matheus, 17 anos, *punk/hardcore*)

Para o fim deste trabalho será considerado apenas o consumo de bens midiáticos relacionado à música, tais como, rádio (Atlântida e Pop Rock), televisão (MTV), Internet, revistas especializadas e CD's. Além de meios massivos, compreendidos como veículos pertencentes a conglomerados midiáticos, de grande valor financeiro, grande infraestrutura e abrangência de público, podemos citar os meios segmentados, cuja função é suprir a demanda de

um público específico, como por exemplo, as revistas especializadas de música que podem ou não fazer parte de empresas midiáticas de grande porte; os meios independentes, que tem como principal característica se tratar de uma empresa de pequeno porte, tal qual as gravadoras fonográficas independentes; e os meios alternativos que são mantidos por iniciativas individuais, não visam lucros e são produzidos de maneira artesanal ou quase (Ronsini, 2004: 180).

Com relação ao consumo de mídia massiva, pode-se afirmar que os adeptos do estilo alternativo praticamente não ouvem rádio. As exceções são os programas Baú do Rock⁹, Atitude Rock¹⁰ e Feras do Rock¹¹. No início de 2004 a frequência 105.7 FM foi adquirida pelo grupo RBS, que trouxe para Santa Maria a Rádio Itapema, de Florianópolis. Desde então, a cidade possui apenas uma emissora de rádio voltada para o público jovem, a Rádio Atlântida 94.3 FM, o que deixou programação local bastante reduzida. Ainda que todas as manhãs (das 8h às 12h) e todas as tardes (das 14h às 18h) de segunda a sexta sejam locais, a programação musical vem direto de Porto Alegre. A única exceção é o Berçário, uma espécie de programete que vai ao ar uma vez por dia, apresentando uma música de alguma banda da cidade. Aliás, as críticas a atual programação das rádios são bastante fortes.

Há algum tempo atrás eu tentei escutar rádio de novo quando eu tava em casa. Mas realmente não deu! Não consegui ouvir meia-hora, porque realmente é muito podre. (Juliana)

Com relação, tanto ao rádio como à televisão, é clara a negação àquilo que é considerado como programação “normal”, o chamado *playlist* das rádios ou os clipes mais pedidos pela audiência da MTV.

⁹ O programa Baú do Rock era produzido e apresentado por Márcio Grings. Com duas horas de duração, o programa caracterizava-se por tocar clássicos do blues e do rock and roll, além de ser um valioso espaço para a apresentação de bandas locais. O Baú do Rock começou em 2000, sendo inicialmente apresentado às sextas-feiras, e depois às segundas-feiras, sempre à noite. O programa acabou quando a frequência 105.7 FM deixou de ser da Rádio Pop Rock.

¹⁰ O programa Atitude Rock vai ao ar todos os domingos pela Rádio Universidade 800 AM, das 15h às 17h. Foi criado pelos então estudantes de Jornalismo Carlos Alberto Silveira, Cairale Wolf e Maurício Dias Souza, e desde 2001 é apresentado por Homero Pivotto Jr., jornalista e vocalista da banda T.S.F. O programa Atitude Rock existe desde 1998.

¹¹ Produzido e apresentado por Eron Dalmolin, o Feras do Rock vai ao ar todos os domingos das 20h às 22h, pela Rádio Atlântida 94.3 FM. O programa é transmitido diretamente de Porto Alegre.

O que eu acho das mais tocadas? Se é o que eu queria que tivesse tocando? Não, não é o que eu queria que tivesse tocando! Rádio pra mim é praticamente descartável, eu só ouço rádio se eu não tiver outra alternativa. Não vale a pena ficar perdendo tempo ouvindo o que tu quer, então eu vou direto no CD mesmo. (Bruno)

Os CD's podem ser adquiridos nas diversas lojas da cidade, como Multisom, Pop Laser, Som Brasil, Be Bop, entre outras. Essas lojas possuem, até certo ponto, a diversidade de estilos que tanto é buscada pelos adeptos do alternativo. No entanto, quando o que se procura é ainda mais "fora de mercado", a solução é ir até a Exclusive. A Exclusive comercializa CD's e LP's de bandas e artistas do rock em geral, tanto as mais conhecidas, como as mais alternativas. Além de camisetas, fitas de vídeo com shows, livros, chaveiros, e tudo mais relacionado à música. A loja é uma referência para o público da cidade e de toda a região. Grande incentivadora de shows, festivais e outros eventos relacionados à cena alternativa, é também ponto de encontro dos jovens adeptos do estilo.

Tem alguns CD's que são meio difíceis de conseguir. Mas aí tu tem que ir atrás, né!? E o melhor lugar pra isso é a Exclusive. Se não tiver na loja, pede o catálogo, encomenda o CD. Tem que fazer um esforço pra ti conseguir o negócio. (Rafael)

Num show é possível perceber o público cantando músicas de determinadas bandas que sequer aparecem na mídia local, rádio televisão ou jornal impresso. No entanto o público, o público apreciador desta cena alternativa conhece, porque existe um circuito de circulação *underground*. Uma banda grava um CD num dos estúdios de ensaio da cidade, tira algumas cópias e as faz circular entre esse público. Essa mesma forma de circulação funciona também com bandas nacionais e internacionais, "a troca de material". Alguém conhece uma banda nova, desconhecida da maioria e a passa adiante, apresenta para os demais integrantes do grupo.

Tem o grupo, e cada um se ajuda da maneira que pode. Às vezes o cara compra, às vezes o cara grava CD também, aluga, empresta, grava fita... Enfim, de onde vier é lucro. (Cristiano)

Para alguns, sobretudo os que têm preferência pelo gênero *heavy metal*, as revistas especializadas são uma importante fonte de informação. Publicações como Valhalla, Roadie Crew, Rock Brigade trazem entrevistas, divulgação de shows, lançamentos de CD's, enfim as novidades sobre os estilo. Revistas sobre *punk* e *grunge* são minoria, porém não é difícil encontrar o Ramones e o Nirvana estampados em bancas da cidade.

Rejeitam o massivo, em função da preferência por outras formas de consumo. Nesse aspecto a globalização, o avanço de novas tecnologias (e nesse caso destaca-se a Internet), tem uma função muito importante nesse processo de diferenciação, de busca pelo diferente. Esses meios são fundamentais para a descoberta de novas bandas e novos artistas.

O computador com a Internet fica ligado 24h por dia aqui em casa. Eu baixo clipe, baixo música, entro nos sites das bandas. A Internet é o único jeito de tu conseguir algumas coisas, porque tem certas bandas que tu não acha nas lojas. Então, tu procura na Internet. (Sebastião)

Apesar das críticas à mídia massiva, todos os entrevistados afirmam que foi através dela que tiveram o primeiro contato com o gênero rock, seja o *heavy metal*, o *grunge* ou o *punk*, pela mídia massiva (rádio, televisão ou jornal), através de bandas de sucesso, como Iron Maiden, Metallica, Ramones e Nirvana.

Eu ouvi Nirvana na Rádio, não sabia assim nem o que era e daí gravei. Depois eu achei num jornal um negócio do show da Cássia Eller em que ela tocava Nirvana e o nome da música que eu nunca tinha conseguido pegar: *smells like a teen spirit!* Só ouvindo na Rádio eu nunca ia conseguir escrever. Depois disso eu comecei a ir nas lojas e procurar CD's dos caras. (Bruno)

Segundo os entrevistados, a partir de então surgiu o interesse pelo estilo, eles buscaram saber mais e foram se diferenciando. Esse processo, esse deslocamento no consumo, que vai do massivo para outros tipos de mídias, é entendido pelos adeptos como uma espécie de evolução. O alternativo está relacionado a essa evolução.

Tu vai meio que pulando, do rádio tu vai pra TV, da TV pro computador. Sei lá o que eles vão inventar agora pro cara pode se comunicar, novas formas de se informar. (Sebastião)

Chama atenção a valorização do consumo do alternativo, essa procura pelo que é pouco conhecido dos demais, a fim de firmar uma autenticidade com relação ao estilo e de diferenciar-se daqueles que não fazem parte do grupo.

Pra mim é bem melhor assim, porque não fica nessa modinha. Porque, se tu curte uma determinada banda, as pessoas tem a mania de dizer: 'tu é que nem aqueles, tu não curte nada, só usa camisetinha.' (Gabriela)

A originalidade é um aspecto muito valorizado e enaltecido pelos membros do grupo. Não ser massivo e, na concepção deles próprios, não ser influenciado pela mídia massiva é motivo de grande orgulho. De maneira bastante simples, ouvir e gostar de coisas diferentes, desconhecidas. Isso é muito importante para eles.

5. GRUPO E RECONHECIMENTO

O que une é o som. E a bira também. (Leandro, 17 anos, *punk/hardcore*)

O principal fator de aglutinação do grupo é o gosto pela música, pelo rock, e mais especificamente pelo rock alternativo. As conversas são sempre a respeito disso, e os encontros, nos shows e nas festas, muitas das quais são organizadas por alguns membros do próprio grupo. A identificação é, em primeiro lugar, musical. Gostar da música é anterior à entrada no grupo.

No momento em que se passa a fazer parte do grupo, há um fortalecimento, uma sedimentação com relação ao estilo. O indivíduo sente-se mais representado dentro do grupo. É uma espécie de potencialização, que pode ser percebida numa alteração no visual e na atitude.

Mudou bastante, porque eu achei uma galera que curte o mesmo estilo que eu. Antes eu andava sozinho, não conhecia ninguém, ficava sempre na minha. Aí depois que eu comecei a conhecer o pessoal, até que enfim eu achei o pessoal que curte a mesma parada, aí eu passei a andar com eles. (Rafael)

Depois que eu entrei pro grupo ficou mais forte: 'bah, tem gente que curte o mesmo som que eu curto!' Daí eu quis saber mais, quis andar mais aqui com a galera. Lá onde eu moro é difícil ter alguém que fale sobre essas coisas, que

curta som assim. Antes eu pensava: “bah, eu não normal, eu curto rock”. (Matheus)

Depois que eu passei a andar com o grupo, de gosto musical eu mudei bastante, e também de modo de pensar. Se eu não fosse andar com eles eu acho que eu estaria totalmente diferente hoje. Não sei, talvez eu fosse até pagodeiro. (Leandro)

Entretanto, não se trata apenas do estilo alternativo, o grupo caracteriza-se também pela forte amizade entre os membros. Das preferências musicais dentro do alternativo se originam outras formas de relacionamento, uma afetividade que consolida o grupo e o seu significado para todos os membros.

A diferenciação destaca-se como algo fundamental, na medida em que atua como fator de distanciamento com relação a outros jovens e aproximação com relação ao grupo. A essência do estilo alternativo está nessa diferenciação.

Quando eu comecei a definir o meu estilo, como que eu sou, quando tu começa a te conhecer, essa galera do bairro e do colégio, eu comecei a me distanciar deles, foi meio que um processo natural. Quando tu começa a curtir rock mesmo, já era. Aí não tem mais volta. (Bruno)

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A negação do consumo de bens midiáticos provenientes da mídia massiva é um fator determinante no processo de formação da identidade do grupo de estilo alternativo. É a partir da diferenciação no consumo que os jovens investigados posicionam-se de maneira a reconhecer como comuns entre eles e diferentes em relação aos outros.

Ao priorizarem o aspecto da autenticidade no momento em que se apropriam de determinados bens midiáticos, esses jovens estão manifestando a sua preocupação em serem diferentes dos demais. A escolha entre as mídias massiva, segmentada, alternativa e independente é, na verdade, uma escolha muito mais complexa do que pode parecer, pois está diretamente relacionada às representações que esses jovens pretendem tomar como suas.

A lógica que rege a apropriação dos bens enquanto objetos de distinção não é a da satisfação de necessidades, mas sim a da escassez desses bens e da

impossibilidade de que outros os possuam. O circuito sociocultural dos sistemas restritos de informação e comunicação destinados a quem toma decisões, como a Internet, por exemplo, é o principal responsável pelo enfraquecimento das identidades locais. A transnacionalização das tecnologias e da comercialização de bens culturais diminuiu a importância dos referentes tradicionais de identidade (Canclini, 1996: 56).

A organização dos jovens em torno do estilo alternativo pode ser relacionada ao que Castells apresenta como comunas culturais da era da informação, a principal alternativa para a construção de significados em nossa sociedade. As comunas culturais podem ser caracterizadas por três aspectos: a reação às tendências sociais dominantes, a formação de identidades defensivas e a organização em torno de um conjunto específico de valores cujo significado e uso compartilhado são marcados por códigos específicos de auto-identificação. Tratam-se de atores sociais excluídos ou que tenha oferecido resistência à individualização da identidade relacionada à vida nas redes globais de riqueza e poder estabelecem comunas culturais (2000:84).

Essa postura defensiva assumida pelos adeptos do estilo alternativo, ao mesmo tempo em que fortalece o caráter identitário do grupo, afasta-os de outras esferas do convívio social. A formação de uma identidade de grupo em torno da representação do alternativo empurra estes jovens cada vez mais para dentro do grupo e os afasta de outras comunidades de referência, tais como a escola e o bairro.

7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRANDINI, Valéria. **Cenários do rock: mercado, produção e tendências no Brasil**. São Paulo: FAPESP, 2004.

CASTELLS, Manuel. **O Poder da Identidade**. São Paulo: Paz & Terra, 2000.

GARCÍA CANCLINI, Néstor. **Consumidores e Cidadãos**. Rio de Janeiro: UFRJ, 1996.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos Meios às Mediações**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2001.

OROZCO GÓMEZ, Guillermo. **La investigación en comunicación desde la perspectiva cualitativa**. México: IMDEC, Universidad Nacional de La Plata, 1997.

_____. **Cultura y Televisión: de las comunidades de referencia a la producción de sentido en el proceso de la recepción**. México, DF.: Universidad Iberoamericana, 1990.

RONSINI, Veneza M. Hip-hop: redes juvenis e fluxo midiático. **First Brazil – US Colloquium on Communication Studies**. Austin: University of Texas, 2004.

_____. Mídia e identidade Juvenis. **Communicare**, São Paulo, v.2, n.2, , p.83-101, 2º sem. 2002.

THOMPSON, John. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. Petrópolis: Vozes, 2002.