



Reconfigurações Comunicacionais: o Heavy Metal na Cibercultura¹

Thiago Nogueira Martins²

Centro de Ensino Superior Promove – Belo Horizonte

Resumo

Como as práticas interacionais são modificadas, entre o grupo sócio-cultural Heavy Metal, com a reconfiguração, em ambiente virtual, de seus tradicionais espaços de discussão? O presente artigo pretende levantar discussões sobre como acontecem e quais as motivações que fazem com que o grupo sócio-cultural Heavy Metal reconfigure o seu campo de possibilidades de interação, adotando novas ferramentas disponíveis em ambiente virtual e relativamente abandonando alguns meios tradicionais de comunicação, especificamente os fanzines.

Palavras-chave

Heavy Metal; Cibercultura; Interações Comunicacionais; Grupos Sócio-Culturais.

Introdução

Anteriormente à popularização da Internet, o cenário Heavy Metal no Brasil sofria por falta de espaços de discussão e veiculação, na grande mídia, de suas propostas, eventos e valores. Devido a esta falta, atores sociais pertencentes a este meio buscaram mediações alternativas que suprissem esta carência, como a criação de fanzines, promoção de eventos e encontros em praças públicas.

O artigo aqui apresentado problematiza os modos como a comunidade Heavy Metal reconfigura, em ambiente virtual, seus tradicionais espaços de discussão. Objetiva-se questionar como esta comunidade se organiza e modifica sua dinâmica de interação com

¹ Trabalho apresentado ao Intercom Júnior para a seção destinada à sub-área Mediações e interfaces comunicacionais. O artigo configura-se como relato de pesquisa monográfica de conclusão de curso, em desenvolvimento, realizada sob a orientação das professoras Joana Meniconi e Renata Alencar (Centro de Ensino Superior Promove – Belo Horizonte).

² Thiago Nogueira Martins é aluno do 7º período de Comunicação Social, habilitação em Produção Editorial, do Centro de Ensino Superior Promove – Belo Horizonte. O autor desenvolve projetos autorais na área de fotografia, se dedicando também a atividades ligadas ao design gráfico. nmthiago@yahoo.com.br



ela mesma e com a sociedade. Também é proposta a verificação de quais as motivações que levaram os indivíduos deste grupo cultural a incorporarem as novas possibilidades fornecidas pela internet, incorporando-a à sua realidade e, com isso, transformando as próprias relações comunicacionais existentes e já legitimadas nesse grupo sócio-cultural específico.

No contexto do artigo, serão discutidas algumas peculiaridades do *fanzine* e *webzine* como mediações em culturas marginais, suas possibilidades de interação, além dos elementos teóricos necessários para a investigação de como a comunidade Heavy Metal se organizou e se modificou em torno das novas possibilidades de interação cultural fornecidas pela Internet.

O presente artigo salienta também a importância em investigar como um movimento sócio-cultural (no caso o Heavy Metal) interage com ele mesmo e com a sociedade. Segundo BRAGA, “foi preciso uma presença mediática objetivada no espaço social para que a sociedade se perceba conversando consigo mesma” (BRAGA, 2001, p.21). Interações que, tendo o avanço tecnológico possibilitado a reconfiguração dos espaços de discussão, foram se complexando e se modificando, uma vez que “o mediático interfere e interage profundamente com os espaços não-mediáticos” (BRAGA, 2001, p.24).

É proposto aqui um diálogo entre as bibliografias levantadas, que fornecerão um embasamento teórico-conceitual pontuado em obras voltadas para a interação, cibercultura, sociabilidade na rede, a cultura sob perspectiva antropológica e comunicação. Entre os autores estudados estão Pierre Lévy, Beatriz Bretas, Roque de Barros Laraia e John B. Thompson.

Contextualização

Desde a sua chegada ao Brasil, já no final da década de 1970, o cenário Heavy Metal no país não possuía acesso na grande mídia. A falta de espaços favoráveis à discussão e veiculação de suas propostas, eventos e valores gerou, entre os indivíduos do grupo, uma carência que contribuiu para a modelagem de características singulares à identidade do Heavy Metal, caracterizando-o, assim, como cenário cultural. Através



disso, passou, mesmo com pouca visibilidade frente à sociedade, a despertar cada vez mais o interesse de pessoas sobre os fundamentos que iam sendo criados.

Mesmo em movimento crescente, com cada vez mais adeptos e eventos de médio e grande porte no país, a disseminação do Heavy Metal continuou no *underground*, à margem dos veículos de comunicação. Não havia na mídia espaços para sua veiculação, para a discussão de idéias, para o embate ideológico necessário para o sustento, organização e fortalecimento de movimentos sócio-culturais. Tal introspecção involuntária fez com que a não-presença ativa do Heavy Metal na mídia se tornasse característica própria, passando a ser, então, voluntária. Os seguidores do estilo no país foram se apropriando de formas alternativas à grande mídia para se comunicarem. E assim se mantiveram por quase duas décadas. Nesse período, os atores sociais do movimento criavam *fanzines* artesanais que, posteriormente, eram xerocados para baratear a distribuição, fomentavam a troca de cartas entre membros de diferentes regiões do país, organizavam eventos fechados para um público seletivo, elegiam praças e outros locais públicos como ponto de encontro e espaço de discussão. Atitudes que surgiam como formas táticas de driblar a falta de espaço na grande mídia.

Por quase duas décadas o Heavy Metal assim se sustentou, até que, com a popularização da internet - e com esta a possibilidade de criação de novos espaços de discussão e troca de informações - esta mentalidade começou a mudar: cada vez mais indivíduos deste cenário se viram capazes de, através da internet, agir como geradores, canalizadores e distribuidores de informação neste cenário até então demasiadamente fragmentado. As idéias dos seguidores do estilo puderam sofrer acréscimos de indivíduos de diversas partes do mundo, serem reformuladas, ampliadas e delimitadas. Neste mesmo meio, as bandas visualizaram a poderosa ferramenta que tinham em mãos para divulgarem seu trabalho, com uma possibilidade de alcance até então impensada.

Atualmente, o cenário Heavy Metal está, cada vez mais, ocupando espaços na rede: *webzines*, *sites* de bandas e jornalísticos, fóruns de discussão, dentre outros, mostram a vontade de se expressar que os indivíduos desse movimento possuem. Esta nova possibilidade de exposição gerou nesses indivíduos uma crescente necessidade de profissionalização de seus serviços: as bandas passam a investir em conceito próprio e identidade visual melhor elaborada; as músicas seguem um padrão cada vez mais



eclético, menos radical, e com maior qualidade de gravação; os eventos são cada vez melhor organizados; o contato com artistas e agências de shows e gravadoras nacionais e estrangeiras foi estreitado, e os portais de notícias tornam-se cada vez mais dinâmicos, com atualizações instantâneas e que procuram cada vez mais a legitimidade por parte dos leitores. Estas mudanças são bruscas para um cenário que até poucos anos não possuía espaços amplos de veiculação. Tais mudanças trouxeram conseqüências ao meio Heavy Metal que foi se atualizando, sofrendo reconfigurações de valores, conceitos e atitudes. Ainda recentes estes fenômenos não possuem ampla exploração científica, e, logo, a comunidade Heavy Metal também sente a falta de informação sobre ela mesma.

Será a Internet o meio mais eficaz utilizado no processo de interação de bandas de Heavy Metal com o público? De que formas a rede pode alavancar e catalizar as interações culturais entre seguidores do Heavy Metal de diferentes localidades? Estas novas alternativas de comunicação em ambiente virtual fomentam o crescimento da cena Heavy Metal independente? Estas problematizações são aqui discutidas e serão verificadas como pertinentes ou não para a área de estudos da comunicação.

Processos interacionais em diálogo

A necessidade de comunicar e transmitir informação são motivos que resultaram em grandes revoluções na história da humanidade. A criptografia na idade média, o advento da imprensa e sua relação com o protestantismo de Lutero, o código Morse nas grandes guerras mundiais, o avanço tecnológico impulsionado pela Guerra Fria e mais recentemente a WWW são, cada um à sua maneira, formas que o homem encontrou para promover interações comunicacionais de acordo com interesses específicos. Essas formas são então pensadas, projetadas e desenvolvidas de acordo com determinadas situações em que o homem verifica ou cria a necessidade que o seu ambiente não proporciona, alterando-o.

Quando algum ambiente é alterado e passa a contar com novas possibilidades de comunicação, transmissão de informação e conhecimento, as formas de interação possíveis que antes permeavam esse ambiente também são reconfiguradas. A noção de tempo e de presencialidade não mais são requisitos básicos para a eficácia do ato



comunicacional. E o desafio a ser enfrentado durante o desenvolvimento de qualquer aparato tecnológico que tenha como objetivo ser e promover a mediação comunicacional é o de manter tal eficácia. E como mantê-la?

Segundo Thompson,

durante a maior parte da história humana, a grande maioria das interações sociais foram face a face. Os indivíduos se relacionam entre si principalmente na aproximação e no intercâmbio de formas simbólicas, ou se ocupavam de outros tipos de ação dentro de um ambiente físico compartilhado (THOMPSON, 1998, p. 77).

Esta forma de interação foi por muito tempo imperante, pois nela “os participantes estão imediatamente presentes e compartilham um mesmo sistema referencial de espaço e de tempo” (THOMPSON, 1998, p. 78). O compartilhamento dos mesmos referenciais de espaço e tempo permite a esses participantes uma maior agilidade na transmissão e assimilação das formas simbólicas, pois se pressupõe que, sendo possuidores dos mesmo referenciais, os obstáculos existentes no caminho da compreensão tornam-se de mais fácil transposição.

Assim, no processo de reconfiguração de determinado ambiente ou mediação, existe a necessidade de oferecer, durante o processo transpositivo, as condições necessárias que garantam às representações a sua integridade. Logo, é possível constatar que as especificidades de determinado ato comunicacional devem ser adaptadas para cada novo ambiente, aproveitando deste as novas possibilidades oferecidas, sem que haja defasagem no processo de re-estruturação.

Além da interação face-a-face, Thompson apresenta outros tipos de interação. A interação mediada é aquela na qual existe um aparato técnico que suporta a mediação das trocas simbólicas. Em contrapartida à interação face-a-face, que “acontece num contexto de co-presença, os participantes de uma interação mediada podem estar em contextos espaciais ou temporais distintos” (THOMPSON, 1998, p. 78). Como exemplo, Thompson cita a comunicação por cartas, a conversa telefônica, além dos aparatos necessários para a sua efetivação, como papel, fios elétricos e ondas eletromagnéticas.



A terceira forma de interação apresentada por Thompson é a quase-interação mediada. Segundo ele, são as

relações sociais estabelecidas pelos meios de comunicação de massa (livros, jornais, rádio, televisão, etc.). Como o precedente, este terceiro tipo de interação implica uma extensa disponibilidade de informação e conteúdo simbólico no espaço e no tempo – ou, em outras palavras, a interação quase mediada se dissemina através do espaço e do tempo (THOMPSON, 1998, p. 79).

Thompson ainda ressalta que “os três tipos acima não esgotam os possíveis cenários de interação” (THOMPSON, 1998, p. 81). Ele quer dizer que as categorias criadas não são engessadas, e que elas também podem funcionar, aliadas ao desenvolvimento tecnológico e às necessidades de comunicação verificadas, como referência para a criação de novas alternativas em comunicação.

O caráter híbrido dos novos meios de comunicação, possibilitado pelo avanço e convergência tecnológica, ecoa nos processos de interação acima citados, conferindo-lhes características também híbridas e ciclicamente autogerativas, a medida em que a fusão destes geram novos processos que, por sua vez, são mesclados com outros e assim sequencialmente.

Largamente utilizado pelo grupo sócio-cultural Heavy Metal, anteriormente à popularização da Internet, o fanzine, publicação impressa em papel, é um tipo de mediação que tem a sua provável origem nos Estados Unidos, por volta do ano de 1929. Mas foi na Europa, sobretudo na França, durante os movimentos de contra-cultura de 1968, que o seu emprego como instrumento de comunicação impressa entre grupos sócio-culturais se legitimou³.

O termo fanzine “é uma abreviação de *fanatic magazine*, mais propriamente da aglutinação da última sílaba da palavra *magazine* (revista) com a sílaba inicial de *fanatic*”⁴. Porém, esta categorização do fanzine como publicação feita por fãs limita as suas possibilidades de classificação, excluindo outras formas de publicações que possuem o mesmo caráter de produção independente.

³ Disponível em <http://pt.wikipedia.org/wiki/Fanzine>, consultado em 08/05/2006.

⁴ Disponível em <http://pt.wikipedia.org/wiki/Fanzine>, consultado em 08/05/2006.



No Brasil, a utilização do termo *fanzine* é genérica para toda produção de caráter independente⁵. É esta a definição considerada pertinente ao presente artigo, a do *fanzine* como tipo de mediação que, além de abranger diversos assuntos e formatos, possui como característica fundamental a origem de seu conteúdo: não importa qual assunto seja tratado, este terá sempre um posicionamento discursivo independente da grande mídia, do Estado, de corporações ou instituições. E, mesmo não sendo um legitimado meio de comunicação de massa, ele cumpre o seu papel mediador ao possibilitar a disponibilização de informação no espaço e no tempo, aos grupos específicos ao qual (e não apenas) seu conteúdo se destina.

A independência no comunicar oferecida pelo *fanzine* transformou-o em uma das principais ferramentas utilizadas pelo grupo sócio-cultural *Heavy Metal*, antes da popularização da Internet, em seus processos de trocas simbólicas.

Por possuir características que permitem a transmissão de informação a indivíduos que não dividem os mesmos referenciais de tempo e espaço, o *fanzine* pode ser enquadrado como um produto simbólico e mediático que possibilita determinado tipo de interação. Outra característica do *fanzine* é a de proporcionar, diferentemente dos meios de comunicação de massa categorizados por Thompson como quase-interação mediada, uma maior possibilidade, por parte do receptor, da livre recepção, assimilação, interpretação, atualização e resposta ao emissor da informação.

A disparidade entre o *fanzine* e os meios de comunicação de massa, bem como suas características e especificidades citadas, permitem o seu enquadramento como um tipo de interação mediada. No entanto, ao relacionar a natureza dessa interação catalisada pelo *fanzine* às proposições de Thompson, deve-se sim diferenciar este produto simbólico dos meios de comunicação de massa, sem, no entanto, deslocá-lo completamente da esfera da quase-interação mediada. O que o *fanzine* traz à tona é a possibilidade de visualização do entrecruzamento dos vários tipos de interação – mistura esta defendida por Thompson - na medida em que essa forma de comunicação artesanal impulsiona também formas de interação mediada e face-a-face. Explica-se: como constructo midiático através do qual se apresentam contextos de emissão e recepção distantes, bem como um fluxo de informação trabalhado na lógica unilateral (a

⁵ Disponível em <http://pt.wikipedia.org/wiki/Fanzine>, consultado em 08/05/2006.



informação parte de um emissor para um receptor o qual não tem a mesma força expressiva de resposta), o fanzine pode ser observado sob a lógica da quase-interação mediada, cujos exemplos mais diretos são os meios de comunicação de massa. No entanto, a sua distribuição freqüente em espaços públicos urbanos como praças o faz agregador de propostas de interação face-a face, abrigadas em sua própria dinâmica de distribuição – aspecto que o descaracterizaria como instrumento de quase-interações mediadas. Em uma outra perspectiva, os fanzines motivam a troca de correspondências entre integrantes de bandas e demais membros do movimento Heavy Metal, o que caracterizaria também uma prática interacional mediada, segundo a proposta de Thompson.

Na rede, o que se observa é a extensão dessas “habilidades interacionais”, na medida em que as correspondências (exemplos de interações mediadas) se efetivam não por cartas, mas por e-mail e trocas de mensagens instantâneas (*messenger*, por exemplo). Estas últimas agregam uma ilusão de co-presença temporal dos participantes, o que sinalizaria uma aproximação lógica com a possibilidade de interação face-a-face (é claro que geograficamente os contextos não são partilhados). O espaço virtual do *webzine*, por sua vez, assume-se como produto simbólico que mantém suas similaridades com o fanzine impresso na medida em trabalha informações mais limitadas do ponto de vista da participação material do receptor.

O Heavy Metal e o ciberespaço

Buscando cada vez mais espaços para discussão e veiculação de suas idéias, os indivíduos do meio Heavy Metal apropriam-se de todos os tipos de serviços oferecidos pela WWW. São, em sua maioria, jovens, que encontram na rede o instrumental necessário para, aliado à vontade de se expressar, fortalecer a identidade do movimento ao qual fazem parte. Segundo Lévy,

O crescimento do ciberespaço resulta de um movimento internacional de jovens ávidos para experimentar, coletivamente, formas de comunicação diferentes daquelas que as mídias clássicas nos propõem (LÉVY, 1999, p. 11).

Logo, a rede, ou ciberespaço, cresce proporcionalmente com a necessidade destes indivíduos em experimentar as novas possibilidades oferecidas, em detrimento às



tradicionais formas de interações comunicacionais. Formas essas que vêm seus espaços serem reconfigurados em ambientes virtuais mais dinâmicos, acessíveis e coletivos, o que reforça a idéia de grupo, comunidade.

Esta reconfiguração proporciona novas possibilidades de interação que, por sua vez, fomenta o desenvolvimento de culturas já existentes, como a do Heavy Metal, ocasionando em um processo que Lévy descreve como *cibercultura*, que é “o conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço” (LÉVY, 1999, p. 17).

O início do Heavy Metal data de uma época em que o ciberespaço ainda era ficção, e os indivíduos deste campo nem faziam idéia de que tal espaço seria de extrema importância para a solidificação de sua identidade como grupo cultural. Importância que foi à rede atribuída a partir do momento em que os indivíduos do Heavy Metal a legitimaram como talvez o melhor meio para as práticas comunicacionais deste grupo. Tais indivíduos são os atores que fazem mover o Heavy Metal, independente das ferramentas utilizadas. Segundo Lévy,

A técnica não é a responsável pelo sucesso, mas sim aqueles que conceberam, executaram e usaram determinados instrumentos. Neste caso, a qualidade do processo de apropriação (ou seja, no fundo, a qualidade das relações humanas) em geral é mais importante do que as particularidades sistêmicas das ferramentas, supondo que os dois aspectos sejam separáveis (LÉVY, 1999, p. 28).

Pode-se verificar aqui a influência que a cibercultura exerce sobre os grupos sócio-culturais em seus processos comunicacionais. O que deve ser questionado é até que ponto essa influência pode e deve afetar as práticas interacionais destes grupos, para evitar que a identidade que motiva a apropriação e a reconfiguração não se dilua durante o processo que foi criado, na verdade, para fortalecê-la.

Deslocamentos Culturais

Em uma era em que a dita globalização procura cada vez mais conciliar e unificar ambientes distintos, grupos sociais oriundos principalmente das minorias procuram



delimitar o seu espaço em meio ao novo caos ideológico formado por esta totalização cultural. Como afirma Beatriz Bretas,

A pretensão de configurar a identidade, ainda que não delineada objetivamente, constitui-se como tarefa de arrumação do caos, restabelecendo ou remodelando padrões de pensamento, numa forma de explicitação daquilo que é predominante nas atitudes e nos sentimentos dos indivíduos de um povo, grupo ou comunidade (BRETAS, 2004, p.228).

Estes indivíduos, grupos e comunidades, buscam então formas de construir ou reconstruir a sua própria identidade, perdida, diluída ou estancada pelo caos gerado pelas diversas tentativas de união desmedida entre culturas diferentes, cada qual com suas características que as categorizam como únicas. De acordo com Laraia:

Existem dois tipos de mudança cultural: uma que é interna, resultante da dinâmica do próprio sistema cultural, e uma segunda que é o resultado do contato de um sistema cultural com outro (LARAIA, 1997, p. 100).

Os dois tipos de mudança cultural descritos por Laraia podem ser pensados como parte de um processo de evolução cultural natural, desde que a “dinâmica do próprio sistema cultural” e o “contato de um sistema cultural com outro” não sejam realizados forçadamente e fora do tempo necessário para que os ciclos evolutivos se completem (LARAIA, 1997, p. 100).

Os mesmo aparatos tecnológicos utilizados para processar diferentes culturas são agora utilizados por elas para retomarem ou recriarem o seu espaço social, para que grupos culturais que sofreram algum tipo de transformação “forçada” se re-encontrem e se reconheçam como tais.

Este desejo de autopoicionamento é inato do ser humano e, por isso, ele reconfigura o ambiente ao seu redor de forma que este lhe proporcione condições de realizar suas vontades. Segundo Laraia,

A cultura é o meio de adaptação aos diferentes ambientes ecológicos. Ao invés de modificar para isto o seu aparato biológico, o homem modifica o seu equipamento superorgânico (LARAIA, 1997, p. 49).



Para que o homem modifique seu “equipamento superorgânico”, é necessária inicialmente a constatação da necessidade de atualização de seu ambiente. A evolução natural das formas interacionais justifica esta reconfiguração do espaço, ao passo em que gradativamente os meios por ele oferecidos se tornam obsoletos. Cabe aos atores de cada meio social verificarem as novas necessidades e proporem aos indivíduos as transformações necessárias para a manutenção do ciclo de evolução interacional. De acordo com Laraia,

Não basta a natureza criar indivíduos altamente inteligentes, isto ela o faz com frequência, mas é necessário que coloque ao alcance desses indivíduos o material que permita exercer sua criatividade de maneira revolucionária (LARAIA, 1997, p. 47 e 48).

Um dos “equipamentos superorgânicos” modificados e recriados pelo homem é a internet. Ela proporciona a criação de diferentes espaços onde acontecem as interações culturais, sociais e comunicacionais. É a internet talvez o meio, atualmente, mais utilizado para a reconfiguração de espaços de discussão entre grupos sócio-culturais e entre indivíduos de um mesmo grupo, porém separados geograficamente.

Considerações Finais

A popularização da internet possibilitou o surgimento de novas práticas comunicacionais e despertou nos atores sociais do grupo sócio-cultural Heavy Metal a iniciativa de adaptação, para a rede, dos espaços até então utilizados pelo grupo. E assim, este grupo reconfigurou o seu campo de possibilidades de interação, adotando novas ferramentas disponíveis em ambiente virtual e reciclando alguns processos tradicionais de comunicação, como cartas e fanzines, uma vez que estes não possuem uma dinâmica necessária à nova velocidade da comunicação. Porém, esta reconfiguração altera e atualiza não exclusivamente o ambiente onde acontecem as trocas simbólicas, como também as práticas interacionais realizadas entre os indivíduos do grupo, entre o grupo com outros grupos, e entre o grupo e a sociedade em geral.

O Heavy Metal é um dos grupos sociais que por muito tempo buscou formas de construir a própria identidade. E o meio que se mostrou mais adequado, devido às suas



diversas ferramentas que disponibilizam cada uma significativas possibilidades de interação, foi a internet.

O artigo aqui apresentado não se encerra em aspectos conclusivos, configurando-se, sobretudo, como provocador das dinâmicas interacionais em rede de um grupo sócio-cultural específico. Dessa forma, o que se apresentam são provocações e problematizações que têm como ponto de partida o deslocamento dos espaços de interação do Heavy Metal, motivados por um recorte que trata da emergência do que se denomina *webzine*.

Dessa forma, mais do que propor um apontamento preciso sobre como acontecem e quais as motivações que fazem com que grupos sócio-culturais reconfigurem as suas possibilidades de interação, o presente artigo visa apresentar alguns dos numerosos e possíveis campos por onde o Heavy Metal transita, nos quais o olhar científico pode pairar e posteriormente ser aprofundado.

Referências bibliográficas

BRAGA, Jose Luiz. **Constituição do campo da Comunicação**. In: FAUSTO NETO, Antonio; PRADO, Jose Luiz Aidar e PORTO, Sergio Dayrrel (Org.). *Campo da Comunicação*. João Pessoa: Editora Universitária, 2001.

BRETAS, Beatriz. **Interações híbridas**. In: ALZAMORA, G. et. al. (Org) *Cultura em fluxo: novas mediações na rede*. Belo Horizonte: Editora PUC Minas, 2004. p. 212-231.

LARAIA, Roque. **Cultura** – Um conceito antropológico. RJ: Jorge Zahar Editor, 1997.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. SP: Ed. 34, 1999.

THOMPSON, John B. **A Mídia e a Modernidade**. RJ: Vozes, 1998.