



## **O Papel do Relações Públicas Frente à Identidade Cultural em Eventos Alternativos de Porto Alegre<sup>1</sup>**

Aluna : Daiana Lüdke<sup>2</sup>

Centro Universitário Feevale, Novo Hamburgo - RS;  
Prof. Orientador: Dr. Humberto Ivan Keske

### **Resumo**

O presente artigo faz uma reflexão sobre a influência que o público exerce nos eventos musicais alternativos do gênero Ska, de origem jamaicana. Deste modo, apresenta, como objetivo geral, estudar a importância da identidade cultural dos indivíduos que frequentam este tipo de evento na cidade de Porto Alegre, diagnosticando o público-alvo através do reconhecimento da preferência por este gênero musical. Como resultados alcançados, percebe-se que o Relações Públicas atua como mediador em segmentos diferenciados.

**Palavras-chave:** Relações Públicas; identidade cultural; eventos; público.

### **Identidade e Cultura**

Com a mudança ocasionada pela tecnologia, a globalização é a grande motivação para mudanças constantes, fragmentando a cultura do indivíduo na sociedade em que participa. O processo de globalização, que tem a ver com a expansão dos meios de comunicação, ainda é um dos grandes avanços operados pelo homem, pois deu velocidade de acesso às informações, (que podem ser objeto de comunicação independente da distância e da hora) levou mais conhecimento e cultura às pessoas que tiveram o benefício de se conectar com o mundo.

Para isso, segue o conceito de identidade, segundo Cuche ( 1999 ):

Para a psicologia social, a identidade é um instrumento que permite pensar a articulação do psicológico e do social em um indivíduo e seu ambiente social, próximo ou distante. A identidade social de um indivíduo se caracteriza pelo conjunto de suas vinculações em um sistema social: vinculação a uma classe social, a uma nação, etc. A identidade permite que o indivíduo se localize em um sistema social e seja localizado socialmente. (CUCHE, 1999. p. 177)

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao Intercom Júnior  
<sup>2</sup> Daiana Ludke ([daiana.ludke@gmail.com](mailto:daiana.ludke@gmail.com))



Para Weber (1965 *apud* Maffesoli, 1998, p. 92) o conceito de identidade, do ponto de vista sociológico, é apenas um estado de coisas relativo e flutuante. Seguindo este conceito, observa que, as situações e a ênfase em tal ou qual valor, a relação consigo mesmo, a relação com o outro, ou a relação com o meio ambiente, pode ser modificada. Fica entendido que, “a identidade” diz respeito tanto ao indivíduo quanto ao grupamento no qual este se situa: é na medida em que existe uma identidade individual que vamos encontrar uma identidade nacional. Que de fato, a identidade em suas diversas modulações consiste, antes de tudo, na aceitação de ser alguma coisa determinada. É a aquiescência em ser isto ou aquilo; processo que, em geral, sobrevém tardiamente no devir humano ou social.

O autor Cuche (1999), associa esses dois conceitos e as dúvidas que estão entre estes:

A cultura pode existir sem consciência de identidade, ao passo que as estratégias de identidade podem manipular e até modificar uma cultura que não terá então quase nada em comum com o que ela era anteriormente. A cultura depende em grande parte de processos inconscientes. A identidade remete a uma norma de vinculação. Necessariamente consciente baseada em oposições simbólicas. (CUCHE, 1999.p. 176)

A cultura é todo conhecimento adquirido pelo homem, o modo de agir e de pensar do indivíduo; e a identidade é baseada num rótulo, na imagem da pessoa no grupo em que convive. A partir da cultura própria dela, o indivíduo age de certas maneiras. Assim sendo, a identidade cultural é movida pelos sentimentos que foram concretizados pela cultura passada para a pessoa.

A identidade cultural também remete a identidade social, as diferenças entre elas são conforme Cuche (1999):

A identidade social não diz respeito unicamente aos indivíduos. Todo grupo é dotado de uma identidade que corresponde à sua definição social, definição que permite situá-lo no conjunto social. A identidade social é ao mesmo tempo inclusão e exclusão: ela identifica o grupo (são membros do grupo os que são idênticos sob um certo ponto de vista). Nesta perspectiva, a identidade cultural aparece como modalidade de categorização da distinção nós / eles, baseada na diferença cultural. (CUCHE, 1999. p.177)

Maffesoli (1998) acrescenta que, tanto no que diz respeito ao conformismo das gerações mais jovens, à paixão pela semelhança, nos grupos ou “tribos”, aos fenômenos da moda, à cultura padronizada, até e inclusive isto que se pode chamar de



*unissexualização*<sup>1</sup> da aparência, tudo nos leva a dizer que assistimos ao desgaste da ideia de indivíduo dentro de uma massa bem mais indistinta. Esta massa não sabe o que fazer da noção de identidade (individual, nacional, sexual) que foi uma das conquistas mais importantes da burguesia.

Em outras palavras, conforme Hall (2001, p. 7), “as velhas identidades, que por tanto tempo estabilizaram o mundo social, estão em declínio, fazendo surgir novas identidades e fragmentando o indivíduo moderno”. Ou seja, o autor refere-se a essa mudança como uma “crise de identidade”, que é vista como parte de um processo de mudanças, onde são deslocadas as estruturas e os processos sociais, ficando assim o indivíduo instável, sem certezas, em contraste com o passado que lhe havia fornecido solidez.

Maffesoli (1998, p. 171), ainda nos explica que “existe uma multiplicidade de grupos, fortemente unidos por sentimentos comuns que irá estruturar uma memória coletiva que, na sua própria diversidade, é fundadora. Esses grupos podem ser de diversas ordens (étnicas, sociais), mas, estruturalmente, é a sua diversidade que assegura a unidade da cidade. Conforme o que S. Lupasco (apud Maffesoli, 1998) diz sobre o ‘contraditório’ físico e lógico, é a tensão dos diversos grupos uns sobre os outros, o que assegura a perenidade do conjunto”.

A questão da identidade é bastante discutida nos meios da comunicação, se não saber qual o público-alvo atingir e os quais os meios adequados, o profissional das Relações Públicas acaba por deixar seu trabalho incompleto. Com todas as mudanças que estão ocorrendo no mundo globalizado, as necessidades e as preferências pessoais estão em constante mudança, do modo que é preciso estar atento e nos adaptarmos a cada dia.

Segundo França (2004, p. 17), “Dennis Wilcox, da San Jose University, em *Relaciones Públicas* (2001, p. 233), chega a afirmar que o conhecimento das características do público, como suas crenças, suas atitudes, suas preocupações e seu estilo de vida, é parte essencial da persuasão. Permite ao comunicador particularizar as mensagens, responder a uma necessidade percebida e oferecer uma argumentação de

---

<sup>1</sup> Onde o indivíduo só tem um sexo, como na moda, uma peça de roupa pode ser usada tanto por homens como por mulheres.



ação lógica”. Exatamente o que o estudo sobre a identidade cultural de cada indivíduo propõe.

Conforme França (2004, p. 17), “diversos autores afirmam que os profissionais da comunicação dão pouca importância ao estudo dos públicos”. E o profissional de Relações Públicas, tem que se adequar mais ainda aos novos padrões de público, às novas filosofias das organizações e principalmente ao mundo globalizado e Kunsch (1997, p.146), complementa: “o profissional de relações públicas ‘moderno’ tem de ser um revolucionário..., posicionando-se como um estrategista e não apenas como mero reprodutor de recados”.

Bandas e gravadoras são ameaçadas pelas mudanças de interesses ou apreciações das pessoas; é, pois com esse propósito que as Relações Públicas têm que verificar e conhecer as condições do público e sua identidade, para poder dar forma ao público-alvo autêntico, no conhecimento dos pensamentos, atitudes e sentimentos.

### **Abordagem dos públicos que admiram o Ska**

Através deste conteúdo, tratamos de público e a classificação deste nos eventos alternativos de Porto Alegre, evento específico de música jamaicana, especificamente o gênero musical, Ska, originado e difundido através de operários e da classe média jamaicana. Chegou à Inglaterra e ao resto do mundo através de imigrantes jamaicanos após a independência da ilha. O Ska nasceu na década de 60, porém desde os anos 40, os jamaicanos faziam suas adaptações nas músicas americanas. Desde essa época, já existiam os Rude Boys, jovens que se sentiam excluídos pela sociedade e encontraram no Ska uma forma de diversão.

Os indivíduos que integram este grupo são os mesmos que frequentam eventos do mesmo segmento alternativo, ou seja, diferentes grupos se unem em prol de um evento destinado à música alternativa. Assim, o estudo do grupo é amplo, atingindo diferentes públicos de interesse.

Incluído nos grupos alternativos, onde são qualificados musicalmente os que não se encaixam em nenhuma de suas vertentes. Através dos projetos Reggae de Salão, Boss Sound e da gravadora Radiola Records, foi realizado um perfil do público frequentador.



## Dados e resultados da pesquisa realizada

A pesquisa foi realizada por e-mail: como os eventos já ocorreram e não havia data prevista para um próximo evento, foi elaborado um *mailing*<sup>2</sup>, através da rede social Orkut, na comunidade do projeto Reggae de Salão, foi solicitado aos participantes o envio de seus e-mails e de amigos que compareceram aos eventos, estes então enviaram seus e-mails e foi criado o mailing. Foi elaborado um e-mail próprio para a pesquisa dos participantes dos quatro eventos realizados até então e foi enviada a 88 participantes, destes 27 responderam, o equivale a 30,68% do total.

São brevemente retratadas as bandas que participaram até o momento deste projeto:

1 – Jazzbo (Alemanha), a banda é um quinteto de Ska jazz, formado em Berlin há mais de uma década por ex-integrantes do Yebo (primeiro grupo de Ska tradicional da Alemanha, formado em 1979) e de outros grupos ícones da cena alemã. A sonoridade do Jazzbo se destaca dentre as demais. Ouvir a banda remete diretamente ao som dos Skatalties nos anos 60. As canções, instrumentais, são repletas de solos e ambiências. Sua apresentação foi no dia 30 de outubro de 2008 (quinta-feira), na casa Porão do Beco em Porto Alegre, com a média de 400 pessoas presentes no evento. Apresentaram-se também nas cidades de Campinas, São Paulo, Belo Horizonte, Curitiba e Florianópolis.

2- Pauline Black (Inglaterra), em comemoração aos 30 anos da onda 2-Tone. Pauline é uma mulher símbolo da sua geração. No final dos anos 70 e começo dos 80, liderou o The Selecter, banda britânica formada em *Coventry*, considerada uma das mais importantes da sua época. Pauline marcou seu tempo, dividindo o cenário com grupos de peso. Sua apresentação foi realizada no dia 11 de março de 2009 (quarta-feira), na casa Manara em Porto Alegre; com a média de 200 pessoas no evento. Também registrou passagem pelas cidades de Curitiba, Campinas, São Paulo, Rio de Janeiro e Brasília.

---

<sup>2</sup> Abreviação de mailing list, banco de dados onde se armazenam dados de consumidores (nome, endereço, e-mail e características do cliente).



3- Aggrolites (Estados Unidos), a banda combina *old school*<sup>3</sup> reggae com rock, soul<sup>4</sup>, funk e ska/punk numa mistura que dá visão diferenciada, e os associam ao rótulo "dirty reggae"<sup>5</sup>. Formado em Los Angeles, no ano de 2002, o quinteto construiu sua própria forma de ver o reggae, baseado não apenas no que de melhor a Jamaica tem a oferecer, mas adiciona à fórmula também o funk. Apresentou-se no dia 23 de abril de 2009 (quinta-feira), também no Porão do Beco, obtendo em média 150 pessoas presentes. Passou também por São Paulo e Rio de Janeiro.

4- Skatalites (Jamaica), em comemoração aos seus 45 anos de carreira a banda veio em turnê pelo país. Formados em 1964, os Skatalites conservam três integrantes da sua formação original. Banda que foi uma das precursoras e mais importantes do estilo musical Ska, se apresentou também em São Paulo, Rio de Janeiro e Brasília. Evento realizado no Bar Opinião, no dia 07 de junho de 2009 (domingo), com a média de 600 pessoas.

Segue abaixo os resultados:



Figura 1: Gênero dos entrevistados

É visível que o número de homens é praticamente dominante nos eventos, pois na maioria de festas e shows as mulheres ficam em número bastante reduzido. Isso é um reflexo que, de fato, a maior parte do público alternativo também é composta predominantemente por homens, pois este movimento é o que mais se interessa pelo estilo musical pesquisado.

<sup>3</sup> Termo utilizado para algo que é antigo.

<sup>4</sup> Tradução alma, gênero musical, que nasceu das influências do R&B e do gospel, no final da década de 50 e início de 60.

<sup>5</sup> Estilo musical com misturas de reggae e soul.

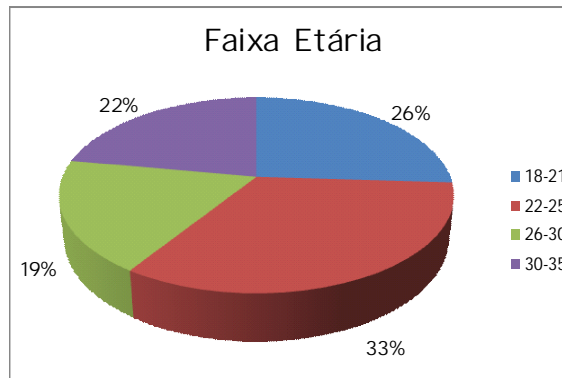


Figura 2: Faixa Etária

A pesquisa teve a opção para maior de 36 anos, mas não foi incluída na figura, pois não foi obtida a resposta de ninguém nessa faixa etária. Pode-se ver que o público que mais frequenta tem entre 22 a 25 anos, em segundo lugar de 18 a 21 anos, mas pode-se avaliar que as faixas etárias são mistas, ou seja, são públicos diversos. Assim, os de maior idade estão em pequeno número, mas continuam freqüentando. A opção para menores de 18 anos não foi incluída, pois é proibida a entrada de menores nestes eventos, exigência tanto das casas noturnas como dos produtores. Cada banda tem as suas próprias características e dependente desta, a faixa etária é variável, pois como foi observado no show da Skatalites, a faixa etária era mista, desde 18 anos até 60 anos. Isto porque a banda já existe há 45 anos e é mais conhecida mundialmente.

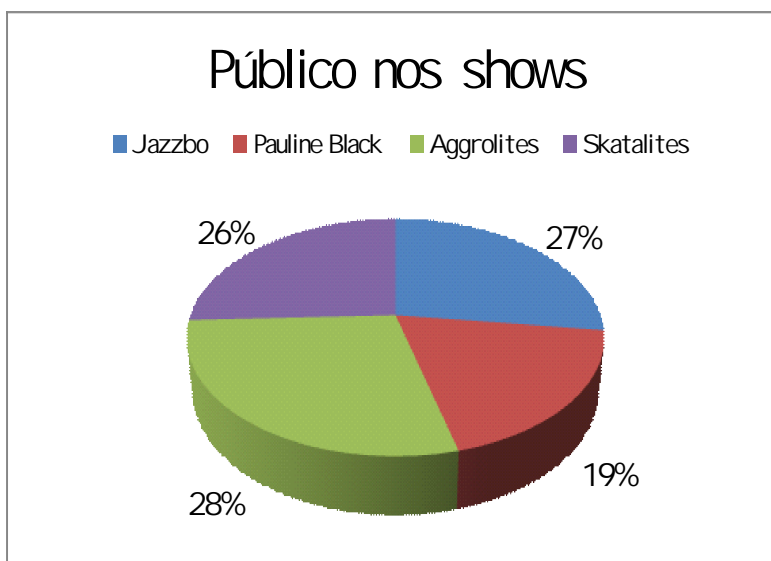


Figura 3: Participação dos entrevistados em cada evento

O show da banda Jazzbo (Alemanha), foi realizado no dia 30/10/08 (quinta-feira) no Porão do Beco, Pauline Black (Inglaterra) dia 11/03/09 (quarta-feira) no Manara, Aggrolites (Estados Unidos) dia 23/04/09 (quinta-feira) no Porão do Beco e Skatalites (Jamaica) dia 07/06/09 (domingo), no Bar Opinião. Pode-se ver que basicamente todos os shows têm um número de público parecido, mas o show da Pauline Black obteve o menor número de pessoas. Entretanto, grande parte desse fracasso foi devido ao dia, uma quarta-feira. Os outros também foram durante um dia de semana, porém a quinta-feira é um dia que antecede à sexta-feira, que já é basicamente o início do fim de semana, então o público participa com mais frequência. O local deste show também não foi de agrado do público, o Manara, já foi uma das mais importantes casas de shows de Porto Alegre, atualmente está desvalorizada, mal conservada, poucos shows acontecem no local, e nenhum dos participantes da pesquisa costuma frequentar o local.

Conforme Hamam (*apud* Kunsch, 1997, p. 109), “o tema do evento é de interesse de um determinado segmento, a primeira providência é a escolha correta da data e local, pois a partir daí é que se desencadeiam todas as ações destinadas a viabilizar o evento.” O problema que existe na realização de eventos com bandas internacionais, são as datas, sabe-se com antecedência, pois normalmente a banda vem em turnê pela América do Sul, mas não se pode mudar o dia para conseguir mais público, e normalmente em Porto Alegre, ocorre nas quartas e quintas-feiras e



raramente aos domingos. O local é disponibilizado conforme o perfil da banda, algumas se apresentaram no Porão do Beco, pois é um lugar que está na “moda”, digamos, então está em alta e isso ajuda a promover o evento. Pela definição de Haman (*apud* Kunsch, 1997, p. 109), “por local, devemos entender não somente a instalação física, mas também a localização geográfica, a facilidade de acesso, a infra-estrutura, os serviços de apoio e demais condições”.

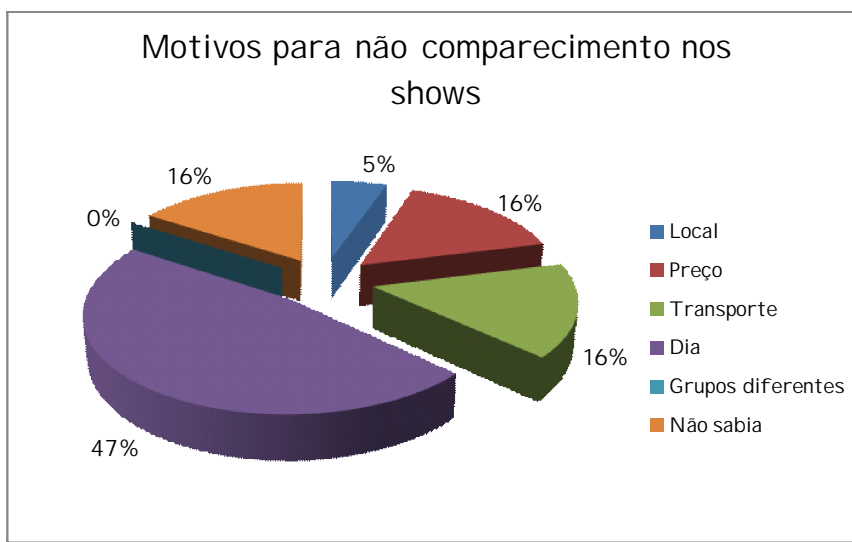


Figura 4: Motivos para não comparecimento nos shows

Como foi visto na figura 4, o dia é o principal motivo pelo não comparecimento aos eventos, pois muitas pessoas, em dia de semana, ficam sem condições, já que trabalham no outro dia. Em seguida o transporte, pois algumas pessoas são de outras cidades, assim dificulta a sua ida aos eventos, e o preço não é o maior problema. Como era previsto, no Rio de Janeiro, as mesmas bandas tocaram, e os preços são o dobro do que em Porto Alegre, para este tipo de evento, aqui varia em média de R\$30,00 e R\$ 40,00. E o dia como visto na figura 3, não é de escolha da produção, para Haman (*apud* Kunsch, 1997, p.109) “a determinação da data, deve-se evitar a coincidência com outros eventos do mesmo segmento ou similar”, o que complicou um dos eventos realizados, mas impossível modificar a data.

Outro problema é a falta de informação das pessoas, pois muitas não sabiam dos primeiros eventos e foram no último somente. Outro dado importante é que, como neste meio alternativo existem diversos grupos/tribos que frequentam os eventos, foi constatado que as pessoas não se importam em não ir por esse motivo, elas vão aos

shows porque elas gostam independente de quem vai ou não, resultado disso é o individualismo, atualmente o indivíduo vai aonde quer sem se importar, como se viu na questão da identidade.

Justamente ao que se refere o autor Hall (2001, p. 11-12) “A identidade preenche o espaço entre ‘interior’ e o ‘exterior’ – entre o mundo pessoal e o mundo público. O fato de que projetamos a ‘nós próprios’ nessas identidades culturais, ao mesmo tempo em que internalizamos seus significados e valores, tornando-os ‘parte de nós’”.

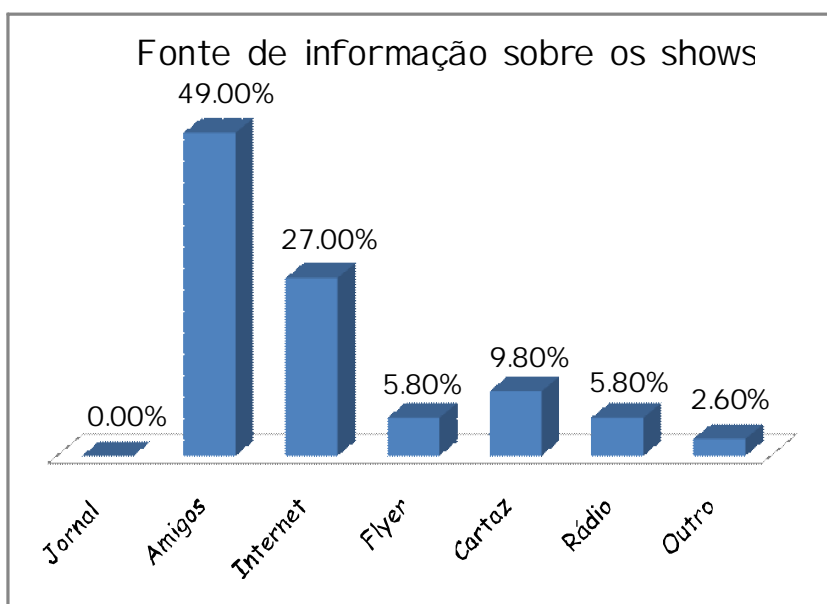


Figura 5: Fonte de informação sobre os shows

O boca a boca ainda é nosso maior trunfo, pois quase metade das pessoas que responderam à pesquisa, ficaram sabendo dos shows através de amigos; em seguida da internet. Atualmente milhares de eventos são divulgados pelas redes sociais: no Brasil, principalmente o Orkut. Exemplo disso é a banda gaúcha Tequila Baby, que hoje não utiliza mais nenhum meio de divulgação impresso, como flyer<sup>6</sup>, somente virtual, através das redes sociais, e o resultado é positivo, acaba baixando os custos, principalmente da impressão que não precisa ser produzido, só o layout do cartaz digital. Vê-se que a utilização destes meios impressos sofreu bastante, pois os cartazes (lambe-lambe), apenas 9,8% dos entrevistados ficaram sabendo dos eventos por esta ferramenta. As

<sup>6</sup> Podem ser chamados também de panfletos, têm a função de anunciar e promover eventos, serviços ou produtos numa ampla gama de informações.



Relações Públicas como gerenciador e promotor de eventos, deve utilizar todos os instrumentos de comunicação que levarão as mensagens ao público de interesse, e atualmente as redes sociais se transformaram em instrumentos muito eficazes.

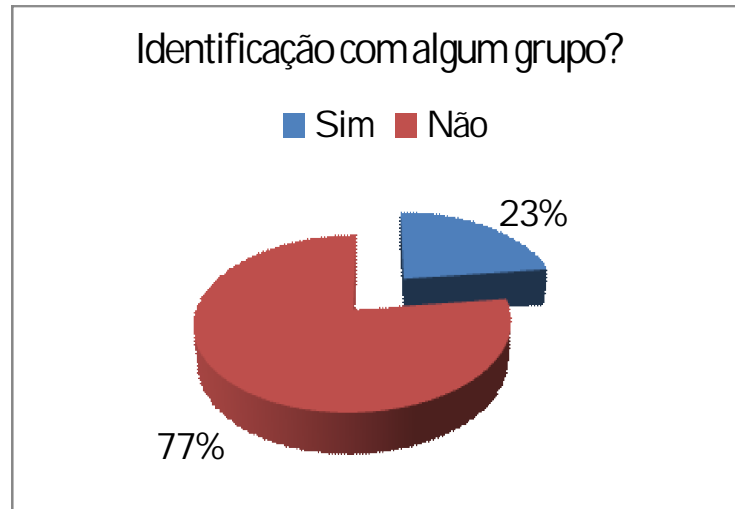


Figura 6: Identificação com algum grupo

Conforme a figura 4, viu-se que as pessoas não se importam com as diferentes tribos/grupos que frequentam esses eventos e apenas 23% fazem parte de algum grupo, abaixo segue tabela dos grupos encontrados.

Conforme Maffesoli (1998), como já referido, o indivíduo pode pertencer a um grupo, mas pode também participar de outros grupos, existe uma multiplicidade de grupos, fortemente unidos por sentimentos comuns que estrutura a memória coletiva que, na sua própria diversidade, é fundadora. Esses grupos podem ser de diversas ordens (étnicas, sociais), a pessoa pode se identificar, mas pertencer a várias tribos.

Tabela 1: Grupos identificados

Grupos	Nº de respostas
Skinhead, Rudeboys	4
Surf	1
Música em geral	1

Como podemos ver, os skinheads, ainda se identificam fortemente como um grupo e grande parte do público é composto por esse grupo, depois vem o surf e apreciadores de música, mas fica claro e o que impressiona, é que esse grupo de skinheads, tem uma forte ligação entre eles, continuam se vestindo com suspensórios, camisas, chapéus, suas cabeças carecas e suas botas estilo coturno, andam em grupo e frequentam os mesmos lugares. A ideologia continua, mas é importante ressaltar que existem vários tipos de tribos skinheads, uns infelizmente ainda continuam com a ideologia racista, mas outros têm negros em seus grupos, são diferentes, mas se identificam os mesmos.

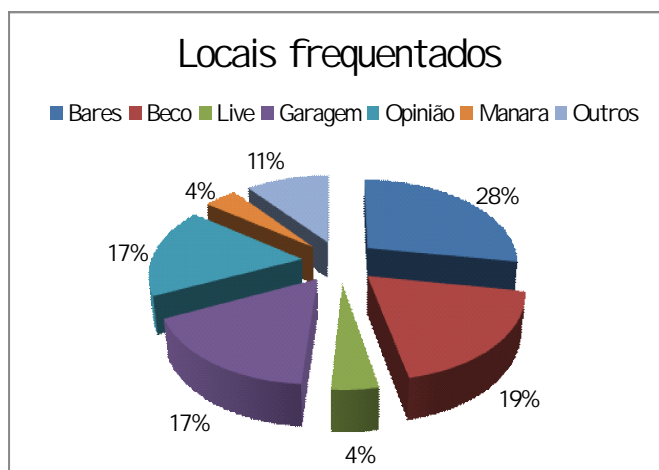


Figura 7: Locais frequentados em Porto Alegre

O objetivo dessa pergunta, foi saber onde o público que frequenta os eventos costuma ir se divertir e aproveitar a música em Porto Alegre, para ver se seria possível as próximas bandas se apresentarem possivelmente em algum destes locais: os bares



com música ao vivo na Cidade Baixa tem o maior índice de frequência, são para bandas pequenas e muitos lugares para encontrar os amigos e conversar, não seria local adequado para o porte de bandas internacionais. Em seguida, Porão e Cabaret do Beco, onde já foram realizados dois eventos, e Garagem Hermética. Existem outros tantos lugares para sair em Porto Alegre, mas em vista do perfil do público, estes foram os mais adequados. A casa noturna Live Sport Pub, na zona sul da capital, é onde são realizados os eventos com dj's em parceria com a rádio Ipanema. Podemos ver que apenas 4% conhece ou gosta do lugar, interessante, pois se futuros eventos forem realizados nesta casa, a divulgação do local tem que ser mais forte, pois casas como Beco e Opinião, são conhecidas por todos atualmente.

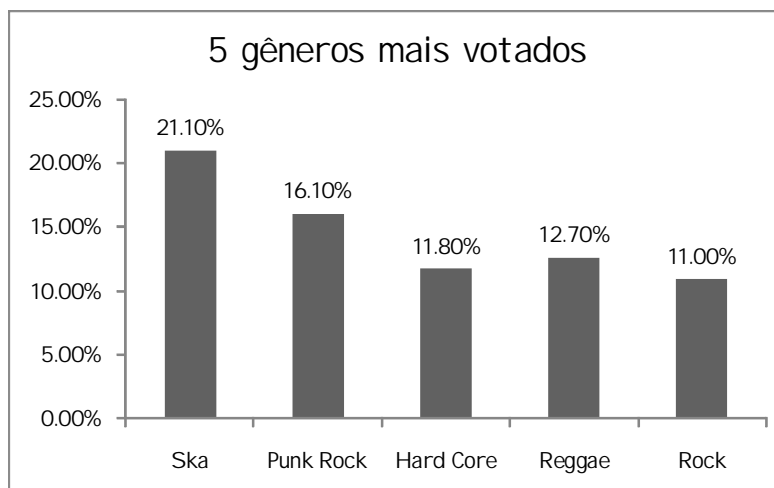


Figura 8: Os 5 gêneros musicais mais votados

O Ska teve início com a mistura de muitos ritmos e podemos notar aqui que os diversos ritmos estão entre os cinco mais votados, que são o punk rock e o reggae, e esses gêneros se misturam com o perfil do público. Isso nos mostra que as pessoas gostam também dessas influências e como esse público é diverso e de gosto variado.

### **Conclusão**

O profissional de Relações Públicas analisa a importância do reconhecimento dos diferentes públicos, visando descobrir neste trabalho suas crenças, valores, etnias, signos, sexo, estilos musicais e culturas dos indivíduos e assim descobrir a identidade de grupo, dos públicos a serem atingidos com uma determinada campanha, onde serão mais divulgados os produtos, envolvendo os shows, merchandising e materiais



promocionais, aumentando o termômetro da fama das bandas e repercutindo no gênero musical.

Partindo de uma perspectiva sobre os problemas deste trabalho, chega-se a conclusão de que a maioria dos entrevistados não se importa com as demais tribos que frequentam os eventos e sim com a possibilidade de adaptar os seus compromissos pessoais com as datas dos eventos, que normalmente ocorrem em dias da semana, e também com o acesso ao local e o transporte, pois algumas pessoas moram em outras cidades ou em bairros afastados. Estes foram os maiores problemas detectados: o dia não é possível modificar, pois as bandas veem em turnê ao Brasil e com suas agendas devidamente preenchidas.

### **Referências Bibliográficas**

CUCHE, Denys. **A noção de cultura nas ciências sociais**. Bauru: Edusc, 1999.

FRANÇA, Fábio. **Públicos: Como identificá-los em uma nova visão estratégica**. São Caetano do Sul, SP: Difusão, 2004.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de Pesquisa Social**. São Paulo: Atlas, 1999.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP & A, 2001.

HARVEY, David. **Condição Pós-Moderna**. São Paulo: Loyola, 1992.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Relações Públicas e Modernidade**. São Paulo: Summus, 1997.

\_\_\_\_\_ (org). **Obtendo resultados com Relações Públicas**. São Paulo: Pioneira, 1997.

MAFFESOLI, Michel. **O Tempo das Tribos**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1998.