

## ANTIMAINSTREAM, MOBILIZAÇÃO E RESISTÊNCIA: EXPERIÊNCIA DE GRUPO DE PESQUISA

Autores: Máira de Souza Nunes; Guilherme Carvalho; Pablo Bandeira; Allyson Dolenga; Thaís Souza; Camila Borges; Diego Machado; Daniele Lara e Alisson Souza<sup>1</sup>

### Resumo

Este artigo constitui-se em um relatório da experiência desenvolvido na pesquisa coletiva do grupo Movimento Antimainstream: mobilização e resistência na sociedade contemporânea. Trata-se de um grupo vinculado aos cursos de comunicação da Uninter, que envolve também alunos de outras graduações para o debate e produção de conhecimento a respeito de temas relacionados ao uso de novas tecnologias da informação e a internet por grupos de resistência da sociedade. Aqui se apresenta o resultado dos debates e as atividades desenvolvidas em pouco menos de oito meses de existência do grupo, tais como atividades de pesquisa com produções individuais e iniciativas de extensão.

### Palavras-chave

Antimainstream, mobilização, internet, cibercultura, redes sociais.

As últimas décadas do século XX foram marcadas pela sensação de que as possibilidades de oposição ao controle do poder de resistência ao capitalismo haviam sido derrotadas. A luta pela ampliação dos direitos democráticos, pela eliminação das diferentes formas de opressão e exploração, bem como a busca pela igualdade social tornaram-se obsoletas e deixaram de fazer parte da iniciativa coletiva. Na sociedade do controle (DELEUZE, 1990) o marketing se tornou o instrumento de controle social, em uma sociedade marcada pela interpenetração de espaços e ausência de limites definidos. O desenvolvimento da sociedade de consumo (BAUDRILLARD, 1981) resultou na padronização das relações, dos significados, na modelagem da existência, uma construção cultural e social. As lutas revolucionárias e transgressoras foram substituídas pela satisfação do consumo e a “febre do conforto”. O modo de vida das elites transformou-se no modelo para as massas e bens duradouros, atividades de lazer e produtos de consumo tornaram-se o “objetivo supremo das sociedades democráticas” (LIPOVETSKY, 2007).

<sup>1</sup> Centro Universitário Uninter.

Esta padronização foi responsável pela consolidação do mainstream, a tendência dominante que regula as atitudes, valores e práticas de indivíduos e grupos sociais, refletidos no padrão de comportamento do modelo capitalista, neoliberal e globalizado, da sociedade de consumo. A formação do mainstream se dá através do estabelecimento de um conjunto de normas e comportamentos em detrimento de outros, desencorajados ou até proibidos. Esse padrão, construído e explorado pela mídia, centra-se no “estilo de vida” das pessoas brancas, heterossexuais, de classe média e se desenvolve como heteronormatividade, um “conjunto de prescrições que fundamentam processos sociais de regulação e controle dos papéis sexuais”. (MISKOLCI, 2012, p.5). Assim, os modelos de consumo constroem padrões sexuais e raciais normalizados de comportamento, que procuram excluir as resistências, transgressões e subversões dos processos sociais. Mais do que uma ação do Estado, coercitiva, o mainstream se estabelece a partir da consolidação da indústria cultural, da padronização da vida social através da escola, da mídia, da moda, dos produtos de consumo, do conhecimento técnico-científico, enquanto tática de poder.

Tratando-se especificamente da música underground, considera-se que, rompendo com o esquema comercial mainstream, músicos alimentam das ferramentas utilizadas pela própria indústria cultural para disseminar seus próprios conteúdos. Na maioria dos casos, a música destes artistas não chegará a fazer frente à visibilidade daqueles que estão inseridos no dito mainstream. Mas uma série de conteúdos alternativos criados por estes militantes integrados ciberneticamente poderá ser acessado determinado número de vezes que, coletivamente, passem a concorrer em igualdade com os conglomerados mercadológicos e com condições de atingir diretamente o público interessado, com a vantagem de não oferecer custos e garantir velocidade de acesso e qualidade no conteúdo disponível.

Eis aí o fenômeno desencadeado pela internet e que tem permitido que grupos de jovens passem a ter acesso a uma quantidade inimaginável de informações de modo que possam também expor, em proporções gigantescas, isto é, os seus próprios conteúdos. A partir das comunidades virtuais (CASTELLS, 1999) desenvolvem-se novas sociabilidades e temas de interesse são compartilhados por meio da mediação de computadores e mobiles.

A presente artigo é resultado de uma pesquisa ainda em andamento que vem sendo realizada coletivamente pelo grupo de pesquisa Movimentos Antimainstream: mobilização e resistência na sociedade contemporânea em desenvolvimento desde fevereiro de 2013. Partimos do seguinte questionamento: de que maneira os movimentos *antimainstream*, entendidos como resistência e embate ao *status quo*, são constituídos na sociedade contemporânea e viabilizados pelos usos da internet?

Dentre os principais objetivos está a análise dos movimentos antimainstream a partir das matrizes da teoria queer e da cibercultura, identificando suas características, esfera de atuação e forma de organização. A partir disso, pretende-se desenvolver o conceito de mainstream, entendido como tendência dominante, a partir dos usos discursivos da palavra ao longo dos séculos XX e XXI e identificar o papel da internet e das redes sociais na configuração dos movimentos antimainstream, a partir das articulações entre a cibercultura e a teoria queer.

### **Desenvolvimento e resultados práticos**

Três fontes de dados são úteis para a análise. A primeira são os relatos de personagens envolvidos (ativistas, feministas, hackers, músicos, jornalistas, produtores), selecionados a partir da análise de perfil nas redes sociais. A segunda fonte de dados é constituída de conteúdos divulgados nos meios de comunicação especializados. A intenção é identificar os conteúdos divulgados sobre o assunto e os mecanismos de comunicação utilizados. O resultado será analisado ao longo do trabalho. Para tanto, atua-se em três principais linhas de pesquisa: uma que diz respeito a movimento de gênero, outro sobre produções culturais e outro sobre o underground em Curitiba.

Esta pesquisa vem sendo conduzida a partir da netnografia, ou etnografia virtual, que pressupõe o trabalho de observação a partir da inserção do pesquisador mediada pelo computador para investigação de práticas culturais e de comunicação. A netnografia permite observar com detalhes as formas em que se experimentam o uso desta tecnologia. Adriana Amaral (2009) problematiza a atuação do pesquisador-insider como autonetnografia e apresenta os procedimentos para a pesquisa virtual: entré cultural; coleta e análise dos dados; ética de pesquisa; feedback e checagem de informações com os membros do grupo. Levando-se em consideração a natureza

interativa da internet, as ações online devem combinar os dados com dados coletados offline.

Estas informações estão em fase de organização mediante a criação de um banco de dados que permita a classificação dos movimentos em diferentes temas e subtemas, sendo inicialmente, cibercultura, relações de gênero e música underground.

A organização de um banco de dados sobre movimentos antimainstream visa possibilitar a quantificação e o mapeamento destas iniciativas na cidade de Curitiba, relacionando-as aos movimentos nacionais e internacionais. Para tanto estão sendo traçados perfis do ativismo antimainstream nas áreas analisadas (ciberativismo, feminismo, música underground). Neste sentido, as leituras teóricas têm sido fundamentais para compreender o histórico destes movimentos e sua configuração nos tempos pré-internet, traçando um percurso que permita identificar as especificidades do antimainstream virtual.

Em trabalho realizado conjuntamente com os alunos bolsistas do Programa de Iniciação Científica estão sendo realizadas discussões teóricas acerca da teoria da comunicação e da cibercultura, visando embasar as análises parciais. A primeira conclusão confirmada é a de que a internet e, em especial, as redes sociais amplificam as possibilidades de militância, devido à desterritorialização e articulação rizomática. (DELEUZE; GUATTARI, 1995).

A elaboração de projetos de pesquisa pelos bolsistas (apresentados em um seminário interno do grupo de estudos, realizado no dia 18 de junho) também permitiu alguns recortes de análise, que servirão de ponto de partida para a elaboração de artigos científicos individuais. O acompanhamento de acontecimentos políticos, como as Manifestações de Junho, têm permitido análises empíricas a partir dos debates teóricos realizados desde o início do projeto.

Da mesma forma, estão sendo produzidos artigos experimentais em um blog (Arquivo Metal CWB), como resenhas, informações sobre o mercado fonográfico e sobre a música local. Outra iniciativa é a produção de um programa de rádio para a RádioWeb da Uninter. O programa “Nosso Rock” é gravado todas as quintas-feiras, sempre trazendo entrevistados do meio musical underground, além de divulgar informações e apresentar músicas de bandas de rock curitibanas. Também está em fase de proposição a mostra “Cinema e Resistência”, que promoverá a exibição de filmes e

documentários, seguido de debates com estudantes, professores e sociedade. Estas constituem atividades de extensão do grupo.

Todas estas atividades visam fundamentar as pesquisas e contribuir para que professores e estudantes tenham condição de interagir a respeito do tema proposto e enriquecer seus trabalhos a partir da produção de artigos, projetos de conclusão de curso e futuramente um livro temático.

### **Fundamentação para o debate**

A análise do mainstream pressupõe a retomada do conceito de poder pensado por Michel Foucault não como uma força de proibição, mas que permeia e produz coisas e discursos. Esta economia do poder corresponde aos procedimentos que permitem fazer uma circulação ininterrupta, adaptada e individualizada em todo corpo social. Para Foucault (2004, p. 237) o poder, no Ocidente, “é o que mais se mostra, portanto o que melhor se esconde.” As relações de poder, escondidas no corpo social, pressupõem uma possibilidade de resistência, pois “jamais somos aprisionados pelo poder: podemos sempre modificar sua dominação em condições determinadas e segundo uma estratégia precisa.” (FOUCAULT, 2004, p. 241).

Da mesma forma que o poder não deve ser entendido apenas como uma negação, a hegemonia não representa apenas uma dominação coercitiva direta, vinculada à estrutura econômica e orientação política. Para Antonio Gramsci a hegemonia política e cultural das classes dominantes é composta não apenas pela ação do Estado, através da escola e dos tribunais, mas por uma multiplicidade de outras iniciativas e atividades privadas. (GRAMSCI apud MACCIOCCHI, 1977, p.150). Assim, a hegemonia se estabelece quando os grupos subalternos adotam os valores mainstream como modelo ético-cultural, modos de representação e regras de conduta.

O estabelecimento do mainstream, ao longo de todo o século XX deu-se a partir da consolidação dos ideais da modernidade enquanto “narrativa hegemônica da civilização ocidental” (MIGNOLO, 2011). Essa narrativa, construída pelo projeto histórico europeu e norte-americano – capitalista, globalizante e excludente – buscou silenciar o discurso dos chamados “saberes subalternos”. As teorias científicas e os saberes acadêmicos sustentam esta narrativa e alimentam o mainstream através dos conhecimentos canônicos eurocêntricos: modernos, ocidentais, masculinos, brancos e

heterossexuais. Eurocentrismo aqui entendido não em referência a um local geográfico, mas a uma forma de pensar fundamentada na modernidade (MIGNOLO, 2008).

Um dos caminhos teóricos para a análise da construção de identidades na contemporaneidade encontra-se no conceito de cultura da mídia, elaborado por Douglas Kellner (2001). Para o autor, os meios de comunicação nos fornecem os modelos com os quais forjamos nossa identidade, seja de gênero, classe ou raça; nossa visão de mundo acerca do sucesso e poder; mas, principalmente, a nossa noção de “Eu” e de “Outro”. A cultura veiculada pela mídia

ajuda a modelar a visão prevalecente de mundo e os valores mais profundos: define o que é considerado bom ou mau, positivo ou negativo, moral ou imoral. As narrativas e as imagens veiculadas pela mídia fornecem os símbolos, os mitos e os recursos que ajudam a constituir uma cultura comum para a maioria dos indivíduos em muitas regiões do mundo de hoje. A cultura veiculada pela mídia fornece o material que cria as identidades pelas quais os indivíduos se inserem nas sociedades tecnocapitalistas contemporânea, produzindo uma nova forma de cultura global. (KELLNER, 2001, p. 9).

Considerada como a cultura dominante atualmente, a cultura da mídia vem substituindo a livresca, transformando-se numa forma de socialização, cujos códigos produzem sistemas de gosto, valor e pensamento. Nos diversos espetáculos criados pela mídia são estabelecidos padrões de poder, força, beleza, adequação, comportamentos e crenças. Esta “pedagogia cultural” (KELLNER, 2001, p.10) não apenas ensina, mas também legitima o poder das forças vigentes, reforçando relações de dominação, exclusão e opressão.

As identidades em transformação carregam também, segundo Stuart Hall (2003) uma tensão entre o “local”, enquanto “vínculos a lugares, eventos, símbolos, histórias particulares”, e o “global”, centrado em visões mais universalistas. Neste sentido, a própria globalização acaba por deslocar identidades gerando “novas posições de identificação, e tornando as identidades mais posicionais, mais políticas, mais plurais e diversas; menos fixas, unificadas ou trans-históricas”, as quais entram em contradição com identidades que se inserem na “tradição, tentando recuperar sua pureza anterior e recobrir as unidades e certezas que são sentidas como tendo sido perdidas”. (HALL, 2003, p. 87).

A partir da delimitação da forma como os modelos sociais são construídos hegemonicamente pela mídia, pode-se pensar nas possibilidades de resistência a esses padrões estereotipados. Para Hakim Bey há sempre lugares grupos e pessoas que não aceitam subordinar-se e nunca chegam a desaparecer, por mais que sejam derrotados ou incorporados. A subversão concentra-se em experiências temporárias, "revoluções fracassadas", que devem ser valorizadas enquanto insurreições. Para além da ideia de criar um novo poder, a proposta é criar um "espaço de libertação". A Zona Autônoma Temporária - TAZ - compreende o que escapa aos poderes do Estado.

Em resumo, não queremos dizer que a TAZ é um fim em si mesmo, substituindo todas as outras formas de organização, táticas e objetivos. (...) A TAZ é uma espécie de rebelião que não confronta o Estado diretamente, uma operação de guerrilha que libera uma área (de terra, de tempo, de imaginação) e se dissolve para se refazer em outro lugar e outro momento, antes que o Estado possa esmagá-la. (BEY, 2011, p. 17)

A internet assume importância enquanto ferramenta criadora de TAZs, pois possibilita a existência de algumas estruturas não hierarquizadas de produção e divulgação do conhecimento. Assim, a emergência da internet como um novo meio de comunicação afetou profundamente as relações sociais e as formas de interação entre pessoas e grupos politicamente motivados. Os movimentos sociais, compreendidos como "ações coletivas deliberadas que visam à transformação de valores e instituições da sociedade" passaram a manifestar-se na e pela internet (CASTELLS, 2003, p. 114).

O ciberespaço, constituído na internet, assumiu um importante papel na esfera social ao possibilitar a ampliação da participação dos atores sociais e o surgimento de novas formas de atuação e militância. A cibercultura, constituída como uma cibernsocialidade, colocou "a tecnologia digital contemporânea como um instrumento de novas formas de sociabilidade e de vínculos associativos comunitários" (LEMOS, 2008, p. 80). Desta forma, possibilitou que novos discursos, até então reprimidos pelo controle de informações, encontrassem espaço de divulgação na internet. Pensamentos, observações e mobilizações até então concentradas e filtradas pelos meios de comunicação de massa passaram a ser difundidas e comunicadas de maneira direta e

horizontal. Para Raquel Recuero (2009, p. 24) a transformação mais significativa proporcionada pela internet

é a possibilidade de expressão e sociabilização através das ferramentas de comunicação mediada pelo computador (CMC). Essas ferramentas proporcionaram, assim, que atores pudessem construir-se, interagir e comunicar com outros atores, deixando, na rede de computadores, rastros que permitem o reconhecimento dos padrões de suas conexões e a visualização de suas redes sociais através desses rastros. É o surgimento dessa possibilidade de estudo das interações e conversações através dos rastros deixados na Internet que dá novo fôlego à perspectiva de estudo de redes sociais, a partir do início da década de 90. É, neste âmbito, que a rede como metáfora estrutural para a compreensão dos grupos expressos na Internet é utilizada através da perspectiva de rede social.

Uma rede é uma metáfora para observar os padrões de conexão de um grupo social, a partir das conexões estabelecidas entre os diversos atores. Esta perspectiva tem seu foco na estrutura social sem isolar-se dos atores sociais e suas conexões. Sem suprimir a interação direta entre pessoas fisicamente presentes, a constituição da ciberesfera possibilitou o surgimento de uma nova forma de construir coalizões, comunicar e agregar participantes e simpatizantes para as causas sociais. A constituição de redes policêntricas, socialmente distribuídas, resultou na construção de organizações coletivas baseadas na horizontalidade, flexibilidade e em modelos não hierárquicos. O ciberativismo constituiu-se, então, como "um conjunto de práticas em defesa de causas políticas, socioambientais, sócio tecnológicas e culturais, realizadas nas redes cibernéticas, principalmente na internet" (SILVEIRA, 2010). Através da utilização radical das ferramentas da internet, as ações políticas on-line podem ser potencializadas e gerar um amplo debate que chegue às ruas e atinja de forma sensível um maior número de pessoas.

Segundo Sandor Vegh o ativismo on-line pode ser definido como a utilização da internet por movimentos politicamente motivados. A internet pode servir como fonte de informação sobre fatos não noticiados pelos meios de comunicação de massa, como forma de organização e divulgação de eventos e ações. Possibilita também que pessoas e grupos ativistas estabeleçam um canal de comunicação eficiente em termos de tempo e custo, permitindo o envio de mensagens e a publicação de informações acessíveis a



milhares de pessoas ao mesmo simultaneamente, representando praticamente nenhum gasto (VEGH, 2003, p. 74).

Com relação à música underground, considera-se que a acessibilidade de conteúdos produzidos por bandas locais é uma verdadeira revolução no meio da chamada música autoral. Pela primeira vez as bandas sem espaço em veículos de comunicação tradicionais ou mesmo os fanzines impressos em papéis e distribuídos um a um em locais específicos, ganharam um mundo inteiro de potenciais ouvintes.

Ao estudar grupos ligados ao punk e ao thrash metal nos anos 1980, Kemp (1993) identifica que os fanzines cumpriam um papel que demarcava o caráter underground a partir da acessibilidade de difusão de conteúdos para um determinado público. “A relação desses grupos com a mídia, a indústria musical e a moda, revela seu caráter contracultural, ou underground. Eles procuram recusar qualquer envolvimento com essas esferas de produção e circulação de bens simbólicos, por recusar o modelo discriminador que pressupõe seu *modus operandi*.” (grifos da autora) (KEMP, 1993, p. 2)

Os grupos tinham um motivo a mais para ir ao show do que simplesmente escutar a música. O sentido era encontrar os amigos, promover a participação de um grupo específico reconhecido pela forma de se vestir e no tipo de música que apreciava. Dentre as práticas comuns estava a utilização de cartas para envio por correio que ajudavam a promover o chamado *tape-traders* .

Além das trocas ou compartilhamentos de conteúdos, que agora chegaram à velocidade de um clique, há também o barateamento dos custos, já que boa parte dos conteúdos underground são disponibilizados gratuitamente na internet e disponibiliza-se um volume gigantesco de acesso à música das mais diversas bandas de todo o mundo. A possibilidade de produzir conteúdos é justamente o que se potencializa com a difusão da internet, permitindo que o público seja também produtor de conteúdos (ANDERSON, 2006). A “nova arquitetura da participação” promove a democratização de ferramentas de proliferação e distribuição, de modo a quebrar o esquema de grandes empresas já consolidadas.

Reforçando a quebra dos esquemas de hits, os membros dos grupos também têm melhores condições de mapear os conteúdos que gostariam de acessar. No caso das bandas de Curitiba, observa-se o uso de diferentes ferramentas da internet para

disponibilização e busca de conteúdos, acelerando-as vertiginosamente, tanto na velocidade dessas trocas, como no volume de conteúdos que podem ser acessados e de modo personalizado, ou seja, as buscas por conteúdos podem ser realizadas a partir de palavras-chaves ou relacionamento de conteúdos que facilitam ao webbanger encontrar o tipo de música ou bandas que deseja acessar.

Paralelamente à troca de conteúdos, a acessibilidade às novas tecnologias da informação facilitou o surgimento de novas bandas de jovens completamente ambientados aos novos recursos disponíveis para produção de áudios, vídeos e hipertextos na chamada web 2.0. Ou seja, a possibilidade de colaboração coletiva, potencializando a construção social do conhecimento e a livre produção, troca e circulação de informações, uma prática consolidada como um fenômeno exemplificado pelo caso da Wikipedia.

Aliado às ferramentas da internet, é preciso considerar também as novas possibilidades de produção autônoma a partir do acesso a softwares de captação e edição de áudio que garantem não apenas o barateamento dos custos de produção, mas também a qualidade do material que se aproxima significativamente do que é produzido em grandes estúdios, dirigidos por profissionais gabaritados do meio musical.

Nos últimos anos os músicos não deixaram de utilizar espaços para ensaio, onde a música passa pelo processo de composição e que representa um momento de encontro da banda para traçar planos e desenvolver sua performance. O processo de composição, no entanto, inclui o uso de computadores domésticos para captação de versões iniciais do som dos instrumentos. Esta prévia servirá de base para o ajuste das músicas, de modo que as bandas chegam aos estúdios de gravação mais preparadas para a execução da captação do áudio dos instrumentos e vocais.

Isto ainda ocorre porque a tecnologia dos computadores não substituiu o nível de qualidade de equipamentos mais sofisticados para captação analógica, transformada posteriormente em dados digitais, além de profissionais que compreendem a utilização de softwares de mixagem e de engenharia de som.

Não há dúvidas de que a rede mundial de computadores se consolidou como um meio de comunicação de muitos para muitos, como já previu Marshall McLuhan ao descrever o conceito de “aldeia global”, antecipando a difusão de uma rede de comunicação doméstica que possibilitaria que pessoas comuns conversassem com

outras pessoas comuns, a qualquer hora e em qualquer lugar do mundo. Mas, diferente do contexto de ambos, é preciso considerar que o esquema comunicacional da internet implica em uma quantidade infinita de conteúdos que está sujeito a se perder diante de tantas informações disponíveis. Nesse sentido, cabe ressaltar a regra dos filtros, descrita por Anderson (2006), para quem a internet permite a seleção de conteúdos específicos para o consumidor de modo que atenda aos seus gostos. Em outras palavras, poder-se-ia dizer que apesar de ser um meio de comunicação massivo, ele garante seletividade de conteúdos, ou seja, geralmente vai se destinar a um público específico como comprovado pela curva de calda longa na venda de produtos nos últimos anos. Trata-se de um público consumidor pequeno, mas de longo alcance.

Assim, não seria nenhum absurdo evitar a análise de Benjamin para abordar a relação entre o que se pode considerar música underground e *mainstream*, justamente porque ambos já não aparecem mais em campos tão opostos como nos anos 1980. Uma banda que publica um videoclipe no Youtube, por exemplo, pode ter muito mais “resultados”, no sentido de que sensibilizará mais pessoas, do que se o divulgasse por meio de uma emissora de televisão como a MTV, por exemplo, que exibirá o clipe por alguns dias, atingindo um grande número de pessoas em um curto período de tempo. Enquanto que na internet o vídeo ficará disponível até que a banda resolva retirá-lo do ar, permitindo que a qualquer hora e em qualquer lugar, alguém interessado no assunto acesse o conteúdo e resolva compartilhá-lo entre seus pares. Neste caso, quais casos podem ser considerados *mainstream* ou underground?

Com a internet esta divisão parece menos evidente. Campoy (2010), por exemplo, tenta responder a esta questão apontando que o conteúdo produzido pela indústria fonográfica cuida da gravação, produção e distribuição. Coloca o material em gôndolas das *megastores*, produz shows, organiza turnês, marca datas, planeja estrutura de apresentação como luzes, palco e acústica e conta com equipe para operar todos estes equipamentos. Contam também com departamento de marketing que cuida da divulgação de produtos e da imagem da banda, por meio de trabalhos de assessoria de imprensa.

Bandas sem o apoio de grandes gravadoras, por outro lado, geralmente não recebem cachê para shows, onde vendem materiais como camisetas e CD's com composições próprias. Ou seja, não terão a estrutura dedicada às chamadas bandas

“grandes”. Negociam elas próprias os shows, cuidam eles próprios da montagem do palco e da divulgação do material.

Deste ponto de vista há uma demarcação mais clara sobre o que seriam bandas *underground* e *mainstream*. Essa análise desloca a percepção de contrariedade entre as duas condições. Ou seja, ao invés de se falar em atitudes, os grupos ditos *underground*, se intitulam como tal pelo fato de não estarem inseridos em um grande esquema comercial. Neste caso, ser *underground* seria uma condição e não uma opção para a maior parte das bandas de rock e impõe-se, portanto, como proposta ideológica do que pode ser autêntico e do que é falso. Assim, opera-se uma diferenciação entre “ser” *underground* e “estar” *underground*. Uma análise purista do *underground* levaria à conclusão de que, no final, todos almejavam tornarem-se *rockstars*, viver de música e viajar o mundo se apresentando em diferentes países.

O que emerge de uma “atitude” *underground* está em alguns outros aspectos menos determinantes para as vidas dos que participam da cena rock. Comparado ao conceito tradicional, o que pode ser chamado de *underground* se expressa nas formas de se vestir do grupo, na sonoridade agressiva e nas letras das músicas das bandas. Do contrário, seria apenas uma questão de quanto a banda dispõe de recursos para a produção e reprodução cultural.

Este debate propõe a compreensão do que pode ser entendido como *underground* e o que é *mainstream*. Em nossa pesquisa, pudemos identificar que as diferenças entre ambos estão menos aparentes, como resultado das possibilidades que a internet e as novas tecnologias proporcionaram para artistas, sejam independentes ou contratados por gravadoras.

### Referências bibliográficas

- AMARAL, Adriana. Autonetnografia e inserção online: o papel do pesquisador-insider nas práticas comunicacionais das subculturas da Web. In: **Revista Fronteiras – estudos midiáticos**. 11(1): 14-24, janeiro/abril 2009.
- ADORNO, Theodor. **A indústria cultural**. In: COHN, Gabriel. Comunicação e indústria cultural. 5ª ed. São Paulo: TAQ, 1987.
- ANDERSON, Chris. **A cauda longa**: do mercado de massa para o mercado de nicho. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.
- BARBERO, Jesus Martin. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.
- BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de Consumo**. Lisboa: Ed.70, 1981.

- BEY, Hakim. **TAZ - Zona Autônoma Temporária**. São Paulo: Conrad Editora do Brasil, 2011.
- BUTLER, Judith; LACLAU, Ernesto; ŽIŽEK, Slavoj. **Contingência, hegemonia, universalidade**: diálogos contemporâneos en la izquierda. México: Fondo de Cultura Económica, 2003.
- CAMPOY, Leonardo. **Trevas sobre a luz**: o underground do *heavy metal* extremo no Brasil. São Paulo: Alameda, 2010.
- CASTELLS, Manuel. **A era da informação**: economia, sociedade e cultura. v. 1. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1999.
- CASTELLS, Manuel. **A galáxia da internet**: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.
- DELEUZE, Gilles. **Post-scriptum sobre as sociedades de controle**. Conversações: 1972-1990. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1992.
- \_\_\_\_\_; GUATTARI, Félix. **Mil Platôs**. Capitalismo e Esquizofrenia. Vol. 1. Rio de Janeiro: Editora 34, 1995.
- FOUCAULT, Michel. **Microfísica do poder**. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1979.
- HALBERSTAM, Judith. **Gaga feminism**: sex, gender and the end of normal. Boston: Beacon, 2012.
- HALL, Stuart. **A identidade cultural da pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2003.
- KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia - estudos culturais**: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno. Bauru: EDUSC, 2001.
- KEMP, Kênia. **Grupos de estilo "jovens"**: o 'rock underground' e as práticas (contra) culturais dos grupos 'punk' e 'thrash' em São Paulo. Dissertação de Mestrado. (Departamento de Antropologia do Instituto de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Estadual de Campinas), 1993.
- LE MOS, André. **Cibercultura**: tecnologia e vida social na cultura. Porto Alegre: Sulina, 2008.
- LIPOVETSKY, Gilles. **A felicidade paradoxal**. Ensaio sobre a sociedade do hiperconsumo. Lisboa: Edições 70, 2007.
- MACCIOCCHI, Maria-Antonieta. **A favor de Gramsci**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1977.
- MIGNOLO, Walter. On (De)Coloniality, Border Thinking, and Epistemic Disobedience. 2011. Disponível em <<http://eipcp.net/transversal/0112/mignolo/en>> Acessado em 01/02/2012.
- MIGNOLO, Walter D. **Desobediência Epistêmica**: a opção descolonial e o significado de identidade em política. In: Cadernos de Letras da UFF – dossiê: Literatura, língua e identidade, nº 34, p. 287-324, 2008.
- MISKOLCI, Richard. **Teoria Queer - um aprendizado pelas diferenças**. Belo Horizonte: Autêntica, 2012.
- MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 1969.
- RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.
- SILVEIRA, Sérgio Amadeu da. Ciberativismo, cultura hacker e o individualismo colaborativo. **Rev. USP**, São Paulo, n. 86, ago. 2010. Disponível em <[http://www.revistasusp.sibi.usp.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0103-99892010000300004&lng=pt&nrm=iso](http://www.revistasusp.sibi.usp.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-99892010000300004&lng=pt&nrm=iso)>. Acessado em 10/08/2012.

---

VEGH, Sandor. Classifying forms of online activism: the case of cyberprotests against the world bank. In: MCCAUGHEY, Martha; AYERS, Michael. **Cyberactivism: online activism in theory and practice**. NY: Routledge, 2003.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. 4ª. Ed. Lisboa: Presença, 1995.