



CULTURAS JUVENIS; ORGANIZAÇÕES POLÍTICAS OU HEDONISTAS: UMA DISCUSSÃO SOBRE CONTRACULTURA, SUBCULTURA, MÍDIA E CONSUMO

Caroline Tuler Castelo Branco¹

Resumo

Percebe-se uma transformação nas formações contraculturais/subculturais contemporâneas, diante do novo contexto metropolitano, relacionadas aos fenômenos da mídia e do consumo, conforme discutem Canevacci (2005) e Freire Filho (2005). A transnacionalização cultural responsável pela homogeneização do consumo, segundo Canclini (2010); e o processo industrial de massificação da cultura e sua interferência nas novas formas de se relacionar em que visam o lazer, afirmado por Morin (2011), influenciam nas novas constituições das culturas juvenis em que passam de organizações políticas a organizações hedonistas, como mostra o caso dos punks de Santa Maria, estudados por Weber e Ronsini (2002).

Palavras-chave: Culturas Juvenis. Contracultura. Subcultura. Mídia. Consumo.

Introdução

Por volta da década de 1960, iniciaram-se algumas manifestações culturais realizadas por jovens de diversas partes do mundo. Diferentes dos movimentos tradicionais de contestação social, essa efervescência juvenil possuía um conjunto de hábitos próprios, englobando visuais, comportamentos e pensamentos que visavam contestar o sistema cultural hegemônico. A essa mobilização os meios de comunicação de massa denominaram de contracultura. Apesar de ser realizado pela juventude das camadas médias urbanas, o fenômeno contracultural não estaria envolvido no conflito entre classes, e sim, na insatisfação com os valores centrais da cultura ocidental (PEREIRA, 1983). No entanto, o declínio do modelo hegemônico devido ao novo cenário urbano interconectado, dissolveu o conceito de contracultura e fez emergir novas formações culturais, chamadas subculturas, segundo Canevacci (2005). Desta maneira, nota-se uma transformação na constituição dos fenômenos contraculturais/subculturais, que é afetada pela composição desse novo panorama. Tendo em

¹ Mestranda da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro – PUC/RJ. E-mail: caroline.tcb@bol.com.br.

V COMcult

o que custa o virtual?

vista isto, este trabalho através de uma revisão bibliográfica tem como objetivo entender: como o processo global de desterritorialização, somado à tendência midiática de massificação das correntes culturais, afetariam a formação das contraculturas/subculturas, hoje?

Canclini (2010) afirma que a transnacionalização da cultura local cria códigos que unificam os indivíduos, gerando a debilidade da comunidade nacional. Com isso, estabelece a homogeneização do consumo e da sociabilidade, que é propiciada pelo formato comum com que esses serviços se organizam. Por sua vez, o processo industrial e sua consequente massificação cultural afetam as formações sociais atuais, que são construídas a partir do lazer, alega Morin (2011). Desta forma, a cultura material é atingida pelos sistemas de desterritorialização do consumo e massificação da mídia na medida em que o significado do bem está atrelado às interferências dessas ações no contexto social. De acordo com Douglas e Isherwood (2013) e McCracken (2003) os bens possuem significados e servem para enquadrar o indivíduo. Eles constituem a cultura e, do mesmo modo, a subcultura e suas práticas, sendo responsáveis pela comunicação de um grupo. Sendo assim, influenciam nas formações culturais juvenis contemporâneas, que passam a ser estruturadas por práticas consumistas ao invés de práticas políticas. E a partir da exemplificação dos punks de Santa Maria trazidas por Weber e Ronsini (2002), procurar-se-á entender a possível mudança na composição das novas organizações juvenis, que passam a ter um descompromisso com os ideais políticos e tendem a se vincular por eixos que envolvam afinidades e prazer.

Definição dos conceitos de contracultura e subcultura

Para Massimo Canevacci a definição de contracultura se restringe a um período limitado de nosso século. Ela nasce nos anos 1960 e morre nos anos 1980, indicando uma oposição à cultura dominante. Com a dissolução do modelo hegemônico, a partir dos anos 1990, “não há mais contracultura, pois não há mais o *contra*” (CANEVACCI, 2005, p.15), transitando-se “portanto de uma oposição radical *contra* alguma coisa dominante, em relação a proposta criativas, *para* algo totalmente distinto.” (CANEVACCI, 2005, p.14).

Canevacci ainda complementa que as manifestações contraculturais, ao passarem de um lugar de oposição hegemônica para um patamar de enviesamento social, visavam

V COMcult

o que custa o virtual?

revolucionar as bases ideológicas “nem tanto na estrutura socioeconômica, mas sobretudo, no cruzamento de novas formas de pensar e velhas ideologias” (CANEVACCI, 2005, p.14).

Já a subcultura, diferentemente da contracultura, não traz em sua raiz uma relação *contra* alguma coisa, podendo inclusive ser “pacificadora, organizada, mística etc”, conforme alega Canevacci (2005, p.19). A subcultura está ligada ao conceito de cultura, só que utilizada para denominar algo menor dentro de um todo maior. Como tal, herda os limites dos parâmetros culturais, em que privilegia as uniformidades e menospreza as diferenças. A subcultura nasce com o intuito de implementar força ao caráter nacional, visando reforçar as especificidades da identidade. E, da mesma maneira, continua selecionando o homogêneo em detrimento ao heterogêneo. “O problema é que o conceito de caráter nacional não consegue unificar uma complexidade que não é unificável, ao contrário, é diferenciável” (CANEVACCI, 2005, p.18). A dissolução do caráter nacional dissolve, por sua vez, a concepção de subcultura, que “(...) ao longo dos fluxos móveis das culturas juvenis contemporâneas – plurais, fragmentárias, disjuntivas – as identidades não são mais unitárias, igualitárias, compactas, ligadas a um sistema produtivo de tipo industrial” (CANEVACCI, 2005, p.18). E, atualmente, as culturas juvenis se movimentam “(...) através e contra qualquer distinção geopolítica nacional” (CANEVACCI, 2005, p.19).

Em sua abordagem pós-modernista, o autor italiano propõe uma metodologia pautada nas diferenças para tentar traduzir as “culturas intermináveis”, “interzonas extremas” e conceitos líquidos trazidos pelas culturas juvenis contemporâneas.

Segundo o autor (CANEVACCI, 2005, p.20-28), o novo contexto social, político e econômico faz emergir novas culturas juvenis. O jovem que consome; o jovem da mídia. A Mídia passa a ser um espaço de produção de valores e estilos, introduzindo signos e despertando desejos que incitarão o consumo. O consumo, por sua vez, passa a ser o meio de reprodução dos desejos e manifestação dos comportamentos. E “a metrópole se difunde como cenário panorâmico repleto de signos e sonhos (mediascape)” (CANEVACCI, 2005, p.22). Há uma mudança na percepção da metrópole, que passa a ser vista como corpo, que se movimenta e se entranha junto ao organismo social/individual.

Nesse quadro de culturas interconectadas e metrópoles, também, plurais e móveis nasce um novo conceito de jovem descontínuo e interminável e sua conceitualização implica

V o que custa o virtual?

no: fim das faixas etárias, fim do trabalho, fim do corpo, desmoronamento demográfico, *entity* (entidade). Os conflitos, que antes eram externos, configuram-se, agora, também em conflitos internos, passando de movimentos políticos “às novas formas metropolitanas de sentir” (CANEVACCI, 2005, p.27), impossibilitando, assim, a diferenciação entre cidade e corpo: “Não existe mais um acima, mas um através de: atravessar os segmentos, as parcialidades, os fragmentos do eu e do outro. Transitar entre os ‘eus’ e os outros” (CANEVACCI, 2005, p.18).

Nesta perspectiva, as subculturas juvenis são criticadas por sua superficialidade, por se associarem mais ao cunho estético que político. Neste sentido, “os pós-subculturalistas de filiação pós-moderna costumam enfatizar o ‘hedonismo’, o ‘individualismo’, o ‘cinismo’, o ‘pessimismo’, o ‘nihilismo’, o ‘consumismo’ e a ‘apatia política’ dos membros flutuantes das neotribos (...)” (FREIRE FILHO, 2005, p.148). Por outro viés, João Freire Filho (2005) nos conduz para uma ideia do conceito de subcultura permeada pelos Estudos Culturais Britânicos focada “nas estratégias estéticas, nos rituais de consumo dos jovens da classe trabalhadora” (FREIRE FILHO, 2005, p.148). Por volta da década de 1970, o Centro de Estudos Culturais Contemporâneos da Universidade de Birmingham (CCCS) voltava seus estudos aos “interesses e às práticas que, na Inglaterra do pós-guerra, arregimentavam os jovens dos meios populares” (FREIRE FILHO, 2005, p.140). A mídia denominou de “cultura juvenil”, esse grupo emergente que se vinculava não só por idade e estilos de vida parecidos, como também, por uma cultura do consumo voltada para o lazer. Diferentemente desse conceito herdado pela mídia, o CCCS pretendia aprofundar o estudo dessas subculturas juvenis com a questão social, econômica e cultural junto com a relação da cultura do consumo das entidades soberanas.

Vinte anos mais tarde, os estudos britânicos relacionados às subculturas sofreram variadas críticas. Dando espaço para o surgimento dos estudos *pós-subculturais*, que visavam “reavaliar a relação entre jovens, música, estilo e identidade, no terreno social cambiante do novo milênio, em que fluxos globais e subcorrentes locais se rearticulam e reestruturam de maneira complexa, produzindo novas e híbridas constelações culturais” (WEINZIERL & MUGGLETON, 2003 *apud* FREIRE FILHO, 2005, p.142). Desta maneira, inúmeros sinônimos de subcultura surgiram, objetivando uma melhor elucidação a respeito do novo “cenário de relativa indeterminação estrutural, amplificada saturação midiática e múltiplas

V **COMcult** **o que custa o virtual?**

possibilidades de identificação” (FREIRE FILHO, 2005, p.148) em que se emergiam as manifestações juvenis surgidas do pós-punk. Os pós-subculturalistas contestavam, também, sobre a falta de engajamento político nos rituais de resistência juvenil.

Os teóricos de Birmingham atribuíam às subculturas juvenis um comportamento reativo ao quadro opressor da cultura dominante ao mesmo tempo em que apontavam um descompromisso com as atividades políticas no discurso dos jovens. E, que, apesar de existir dentro dos grupos pesos diferentes de luta em relação à dominação social, o seu caráter subversivo era enfraquecido “pelo não-reconhecimento da discrepância entre negociações reais e ‘resoluções’ simbolicamente deslocadas – isto é, pela incapacidade de firmar suas ‘soluções’ no terreno real onde as contradições de classe emergiam” (FREIRE FILHO, 2005, p.143). O conflito deixa de ser concreto para ser imaginário. Assim, a força política se esmorecia, a possibilidade de transformação social se distanciava e o movimento juvenil (...) “por encontrar-se ancorado fundamentalmente no nível simbólico, estava destinado ao fracasso” (FREIRE FILHO, 2005, p.143). Esse deslocamento de força (política para simbólica) era visto apenas como substituição e não transgressão. Enquanto as subculturas objetivassem atingir somente as áreas de lazer e consumo, elas nunca iam ser uma ameaça à cultura hegemônica.

Sem uma estrutura mais organizada e reivindicativa, as subculturas acabavam fadadas a tornar-se “genuínos movimentos de massa, aptos a produzir mudanças estruturais de larga-escala” ao passo que as modificações de cunho social e cultural ficavam limitadas (FREIRE FILHO, 2005, p.145).

Desta forma, o CCCS responsabiliza a mídia por contribuir para o caráter apolítico das formações coletivas do pós-guerra. Os Estudos Culturais Britânicos acreditam que a mídia tem a capacidade de influenciar o modo de ser e pensar - estilo de vida comportamental e ideológico - dos jovens, sendo o meio pelo qual eles inspiram sua identidade. Neste sentido, a mídia exerce, então, um papel unidirecional na transmissão fazendo com que seu público receba de forma passiva seu conteúdo, anulando e acabando por “desprezarem possibilidades criativas e políticas” de transformação social (FREIRE FILHO, 2005, p.146). Já os pós-subculturalistas não crucificam a mídia como a principal terrorista pelo fracasso das subculturas juvenis. Eles concordam que ela “contribui, à sua maneira, efetiva e

V COMcult

o que custa o virtual?

decisivamente para o significado, o agrupamento, a demarcação e o desenvolvimento das formações sociais e ideológicas dos jovens” (FREIRE FILHO, 2005, p.146). Entretanto, a falta de luta social das manifestações juvenis, segundo a linha pós-modernista, recairia no plano “da resistência simbólica ou da política do prazer, do desaparecimento, do gosto ou do corpo” (FREIRE FILHO, 2005, p.148). “(...) neste contexto em que supostamente o prazer substitui de vez a política, e a noção de contracultura evoca mais o consumo e os shoppings do que a resistência e o desvio” (FREIRE FILHO, 2005, p.148). E, desta forma, estaria ligada à disputa interna por capital figurativo e questões hedonistas, permanecendo, da mesma maneira, subordinada à cultura dominante e ao mercado, sem vistas de um projeto de reforma.

Tendo em vista contra-argumentar essa visão “cética”, Freire Filho enumera uma série de exemplos² que contrapõem essa versão não subversiva em relação às novas categorias juvenis. Através de vários casos sobre combates à sociedade ocidental capitalista contemporânea, o autor demonstra que a veia transgressora das culturas juvenis contemporâneas não esmaeceu, ao contrário do que as linhas subculturalista/pós-subculturalistas desejam indicar. Longe de vislumbrar um pódio vencedor para os grupos juvenis na disputa pelo poder, nem sendo esse o objeto de interesse, seu intuito é mostrar que um ativismo mesmo que marginalizado ainda pulsa. Contudo, “é preciso cautela para não confundir polêmicas culturais com práticas concretas; pensamentos desejosos, com o vivido” (FREIRE FILHO, 2005, p.160). E ainda ressalta que essas mobilizações coletivas “não podem ser reduzidas às grandes narrativas do consumismo ou do ativismo anticapitalista” (FREIRE FILHO, 2005, p.160).

² “Refiro-me, por exemplo, à ligação – episódica ou duradoura – de diversos grupos e tendências punks com uma série (às vezes, incongruente) de organizações políticas anarquistas, socialistas, comunistas e com campanhas e protestos contra o racismo, os sexismo, o autoritarismo, o imperialismo estadunidense, o neonazismo, a brutalidade policial, a violação dos direitos dos presos e dos homossexuais, a proibição do aborto, a guerra civil, na Nicarágua, a Guerra do Golfo e no Iraque, o governo Bush, entre outras questões locais e/ou globais.” (...) “No Brasil, desde a chegada do movimento, no finalzinho dos anos 1970, os punks tendem a identificar-se com personagens explorados e marginalizados, que expressam sua revolta contra o sistema e as autoridades por meio de greves, passeatas, quebra-quebras etc.” (...) “Ao lado de sem-teto, moradores de favelas e estudantes, os punks cariocas participaram, em agosto de 2000, da ‘invasão pacífica’ do Shopping Rio Sul – forma inédita de protesto contra a desigualdade social e o consumismo idealizada pela Frente de Luta Popular (fórum de entidades criado para elaborar ‘novas alternativas de luta’).” (...) Mais exemplos em João Freire Filho, 2005, p.148-159.



O processo de desterritorialização e a massificação midiática: Um exemplo dos punks de Santa Maria

Segundo as autoras Andréa Franciéle Weber e Veneza Veloso Mayora Ronsini (2002), no artigo *A trajetória do estilo punk em Santa Maria: da política ao consumo*, o punk “passaria a representar uma forma cultural de luta contra o sistema econômico opressor, e por extensão contra todos os campos da vida em que o instituído estivesse de acordo com o sistema, ou seja, a contestação abrangeria desde a política até os valores morais” (COMUNIDADE ANARCO-PUNK GOULAI POULÉ, 1999 *apud* WEBER; RONSINI, 2002, p.5). Conforme o artigo, por trás da face assustadora, de atitudes contestadoras e da revolta conhecida como niilista, o grupo era também pacifista, ligado a causas ambientais e outras causas relacionadas à raça, sexo e classe. Era “um movimento de jovens conscientes, com posturas anarquistas e de combate ao Estado” (COSTA, 1993, p.51-70 *apud* WEBER; RONSINI, 2002, p.8).

Entretanto suas razões e atitudes nem sempre foram as mesmas, de forma constante. O punk sofreu diversas variações dentro do seu próprio estilo e cada uma delas relacionava-se ao contexto social, econômico e cultural de uma determinada época. As fases do punk foram se modificando de acordo com a ordem coletiva. Nos punks de Santa Maria, observam as autoras, o movimento se divide em três momentos: a fase política, que era um “movimento de luta contra o sistema”; a fase simbólica que “foi marcada pela presença de jovens de classe baixa, dando lugar a um estilo orientado para o velho modelo niilista e destrutivo.”; e a fase de consumo em que “os jovens atuais não vêem necessidade de existir uma ideologia por trás do *punk* que eles adotaram. (...) O que os une é principalmente a afinidade musical e uma certa rejeição àquela moda mais massificada exibida na maioria das vitrines” (WEBER; RONSINI, 2002, p.10). Além de questões relacionadas à classe social, uma variante importante na oscilação do estilo:

Embora os grupos *punk* político e de consumo fizessem parte da classe média, o primeiro advinha de um estrato que era politizado e morador das áreas centrais da cidade, enquanto o segundo faz parte de um grupo de classe média baixa entre os quais há vários moradores da periferia. Somando-se a isso a atual descrença generalizada nos instrumentos políticos, temos que os jovens *punks* atuais, ainda que seus padrões de vida apontem para a direção da classe média-baixa, seus posicionamentos já não se orientam para a atuação político-ideológica e nem diferem

V COMcult

o que custa o virtual?

em muito dos de outros jovens punks atuais e que são de classe baixa (WEBER; RONSINI, 2002, p.13).

Em sua primeira forma de surgimento, sem saber em que momento exato, por volta da década de 1960, a primeira geração punk, inicialmente, apresentava argumentações de viés mais politizado, segundo Weber e Ronsini. Diferente das categorias posteriores ligadas ao movimento, que foram modificadas de acordo com as nuances das situações históricas e se enviesaram aos princípios de cunho midiático.

Desta forma, pode-se dizer, que o movimento passou a ser fortemente influenciado “pela forma e frequência de abordagem do punk pelos meios de comunicação de massa” (WEBER; RONSINI, 2002, p.2). Essa assimilação da indústria cultural ao estilo punk se deu a partir da modificação do cenário, que no início do século XX, se delineava para o aumento do poder industrial e a modernidade nos encaminhava para a colonização da alma humana: Morin (2011, p.3) denomina de “segunda colonização”, a “industrialização do espírito”. Com o progresso da técnica e a fabricação em nível industrial, já em andamento, meados do século XX, as sociedades modernas industriais, mais familiarizadas com a demanda de produções maciças, se deparam com o terceiro problema, a cultura de massa. Produzida em escala industrial, ela valorizava a organização racional de produção e a lógica de máximo consumo. As técnicas industriais dessacralizam a criação, massificam a produção e tendem a homogeneizar o consumo, criando um estilo universal capaz de tornar a mensagem absorvida imediatamente. Ainda segundo Morin, a tendência homogeneizante cria uma gigantesca camada universal de consumo de massa, abolindo as fronteiras culturais e enfraquecendo a cultura nacional em prol da cultura transnacional. Esse estilo universal valoriza o que é médio. Para atingir esse público universal, é necessário um denominador comum. O denominador comum da cultura de massa é o homem médio e universal, nascido dessa corrente cultural média, capaz de absorver esse conteúdo universal de forma rápida e imediata.

A corrente média e principal não é a única. Simultaneamente é produzida, outra tendência que nada na contracorrente do proposto por essa indústria cultural. Para o autor, ao mesmo tempo em que o sistema industrial cultural padroniza, ele também permite, através de suas brechas, que essa mesma indústria produza seus próprios antídotos para a criação da

V COMcult

o que custa o virtual?

contratendência. Contudo, esse mesmo sistema que permite que se crie um antídoto para combater ele mesmo, trabalha em função de neutralizar essa contracorrente e transformá-la na corrente média. E, desse jeito, permanece segregando o que é contra, ou seja, esse polo negativo tende a repelir e ficar à margem da corrente (MORIN, 2011, p.42).

Mesmo assim, alguns movimentos contrários a esse domínio tecnocrático, que invade o estilo de vida moderno, são criados e tentam resistir aos valores médios da cultura de massa hegemônica, por exemplo os próprios punks. E a mídia servia como grande palco para esse embate, funcionando muitas vezes como aliada e outras como inimiga.

Para Kellner (2001), a cultura de mídia funciona como espaço de difusão ideológica, em que se concretiza a manutenção de poder das relações vigentes. É um lugar de disputa política, onde as correntes ideológicas vigentes reafirmam e difundem seu poder através de seus conceitos hegemônicos. Ao mesmo tempo, esta cultura proporciona um espaço de resistência do indivíduo. Pois é o lugar onde o indivíduo pode adquirir informação e conhecer sua forma de manipulação, se prevenindo das seduções da mídia e fortalecendo a autonomia individual contra essas formas dominantes. A cultura da mídia, segundo Kellner, está associada à cultura de consumo, onde os bens veiculados por ela entretêm e agradam, induzindo o público à identificação com os valores ideológicos implicados em suas criações, levando ao consumo deste bem espetacularizado. Mas, também, por outro lado funciona como instrumento crítico, servindo de palco para lutas contra a massificação e de disseminação de ideias.

Seguindo esta linha de pensamento, Weber e Ronsini atribuem à mídia tanto a degeneração da imagem do punk, respectivamente a inconstância de suas várias facetas, quanto à disseminação desse movimento. Por um lado, a mídia contribuiu para o declínio do caráter crítico do grupo de rebeldes, transformando-o em produto de consumo, mas por outro lado, foi através dela que possibilitou o crescimento e a incorporação de seguidores (WEBER; RONSINI, 2002, p.6).

Final do século XX, no auge das inovações tecnológicas de comunicação, o punk amplamente divulgado se torna mais um produto da indústria cultural a ser alcançado pelos jovens desse contexto, sendo incorporado como mais um bem de consumo do que pelo seu poder contestador. “Se até um certo tempo atrás a mídia veiculava o *punk* majoritariamente

V COMcult

o que custa o virtual?

como notícia, atualmente ele faz parte muito mais dos anúncios publicitários do que das matérias dos jornais” (WEBER; RONSINI, 2002, p.13). E sua representação passou a ser associada a um estilo de vida no lugar de um movimento transgressor que contestava os ideais médios da sociedade industrial. Desta forma, as autoras demonstram que os punks de Santa Maria, da fase de consumo, adotaram o visual assimilando-o a um modelo simbólico ao invés de incorporarem aos seus ideais reacionários. Dentre as várias fases do punk no decorrer dos anos, essa surge “(...) como mais um entre os vários ‘jeitos de ser’, como uma forma de vestir, de agir e um gosto musical, não mais como um modo de pensar ou uma forma de luta social” (WEBER; RONSINI, 2002, p.13).

Segundo as autoras, a ideologia da fase de consumo estaria associada ao “novo *ethos* que surge, e que tanto influencia a produção dos veículos de comunicação de massa quanto é legitimado por eles” (WEBER; RONSINI, 2002, p.16). O enfraquecimento da luta por causas políticas e a opção pela valorização da aparência estariam relacionados à nova estrutura organizacional global, que “tornou-se um conjunto desterritorializado de relações sociais articuladas entre si” (WEBER; RONSINI, 2002, p.16). “De acordo com Renato Ortiz (1994, p.150), a modernidade se associa à racionalização da sociedade, à organização social desencaixada, à valorização de aspectos como a funcionalidade, a mobilidade e racionalidade” (*apud* WEBER; RONSINI, 2002, p.16).

Para Canclini (2010) o consumo é efetuado de forma racional. Porém mais que rituais, onde os grupos selecionam e fixam os significados que regulam a sua vida, o consumo é um ato político para se exercer a cidadania. O autor afirma que os efeitos globalizados da economia e a chegada dos novos meios comunicacionais aliados ao desenvolvimento industrial e financeiro transnacionalizaram a cultura local. As nações se convertem em cenários multideterminados, constituídas por símbolos e fragmentos de diversos sistemas culturais que se interpenetram e se cruzam. Essa multiculturalidade reduz o papel das culturas nacionais ao mesmo tempo em que promove narrativas espetaculares homogeneizadas, inteligíveis por espectadores de todas as culturas, expressando códigos internacionais comuns que nos unificam e nos desterritorializam. Essa hibridização da cultura requer a reestruturação da identidade, a qual passa de nacional à global e é uma constante construção de coprodução, à medida que é construída e reconstruída multicontextualmente (CANCLINI, 2010).

V COMcult

o que custa o virtual?

Essas novas transformações sociais geram uma mudança nas relações entre o público e o privado no que diz respeito ao consumo cultural cotidiano e às condições em que deverá se exercer um novo tipo de responsabilidade cívica; havendo, desta forma, um deslocamento do papel do Estado para o mercado. Com esse novo cenário do contexto social, desterritorializado, o Estado perde sua soberania, ao mesmo tempo em que enaltece as Leis do Mercado. Deste modo, o setor público se desobriga de prestar serviços públicos essenciais, deixando de ser a principal instituição de referência para vigorar a os símbolos do privado. Que por sua vez, de acordo com o autor, ganha o “status soberano”, passando a ser a nova força de representação, em que a identidade passa a se relacionar ao consumo. Canclini acredita que, através das ações políticas sobre o consumo cultural, adquirido pelos novos meios de comunicação, possa ser resgatada a cidadania e a possibilidade de exercer como cidadãos uma reflexão mais ampla sobre as múltiplas potencialidades dos objetos, na vida social.

As variadas manifestações culturais juvenis, geralmente, desejam refletir a insatisfação com a própria cultura local. O movimento contrário ao sistema busca reafirmar a voz do indivíduo e resgatar seu exercício de cidadania. E o consumo da cultura material faz parte dessa dinâmica, em que os objetos e a forma como eles se apresentam compõem seu fluxo, sendo revestidos de significados que visam reafirmar ou contestar a linha que rege as diretrizes. Os signos representam uma cultura, desta forma, a utilização e a escolha deles busca a identificação com uma cultura ou com aquilo que melhor lhe representa. Weber e Ronsini (2002, p.3) alegam que a apropriação de elementos culturais globalizados é uma maneira de melhor aproximar da sua identidade como indivíduo, completando sua subjetividade, que a cultura local, muitas vezes, não dá conta.

Voltando ao caso dos punks de Santa Maria, por exemplo:

Cada atitude, cada peça de vestuário, cada som musical, tem uma correspondência simbólica de modo que a dança, chamada pogo, é uma homenagem a dança indígena, os cabelos à moicano, fazem referência às tribos moicanas dizimadas, o uso de botinas militares e da suástica, tem o significado de contestação ao militarismo e ao nazismo respectivamente (WEBER; RONSINI, 2002, p.8).

V COMcult

o que custa o virtual?

Na perspectiva da cultura material citada por Douglas e Isherwood (2013) e McCracken (2003), os bens possuem significados e servem para enquadrar o indivíduo. Os bens carregam significados instituídos socialmente; diante disso, ao consumir um bem, o indivíduo estará consumindo também seu significado coletivo e, portanto, se encaixando ao significado trazido pelo bem.

Para Douglas e Isherwood (2013) o uso dos bens está ligado à significação social de construção coletiva do bem obtida através de rituais. Esses rituais estabelecem os processos de marcação dos bens e intervêm no processo cultural. Pois à medida que essa marcação se institui, ela demarca, estratifica e institui também a cultura. E assim, a aquisição de determinados bens classificará o indivíduo em determinado grupo. Os bens funcionam, então, como medida de inclusão e exclusão cultural. O sujeito precisa estar informado sobre os bens que o definem para que ele possa compartilhar e estabelecer uma cultura. Para tal é necessário estar presente nos eventos de marcação, onde pode se obter e controlar a informação, permitindo, assim, o estabelecimento e perpetuação da cultura.

Já para McCracken (2003), o bem de consumo passa a ser o local, ou melhor, a parte visível, em que se materializa o significado cultural. O ritual é uma ação simbólica por onde ocorre o deslocamento do significado do bem para o consumidor. É uma prática social que visa manipular o significado cultural, com o objetivo de esquematizar a vida em conjunto e individual. E, desta maneira, o significado se fixa no consumidor, sendo utilizado para orientar o indivíduo no processo classificatório. A apropriação dos significados dos bens por parte do indivíduo é a comunicação deste com o mundo, expressando seus valores de dentro pra fora. O consumo dos bens é também o consumo dos significados inerentes destes. Consumindo a cultura material e junto o seu significado, o indivíduo se enquadra num sistema categórico cultural. Os bens servem, portanto, para refletir a identidade do indivíduo e do mundo cultural em que ele vive.

Sendo assim, pode-se dizer que os bens materiais constituem uma cultura e, do mesmo modo, são essenciais para compor uma subcultura e suas práticas, como no caso da caracterização dos punks citada acima, em que cada artigo tem um significado. E desta maneira, os objetos são responsáveis pela comunicação tanto interna quanto externa de um grupo, eles permitem o entendimento dos códigos pelo próprio subgrupo ao mesmo tempo em

V COMcult

o que custa o virtual?

que serve para diferenciá-lo na escala cultural que está inserido. No entanto, a significação material pode ser variável, estando relacionada intrinsecamente à mutação do contexto social, conforme Weber e Ronsini (2002, p.14) apontam. As autoras indicam que é possível perceber uma mudança no estilo do punk em Santa Maria desde a década de 1980, quando se passou a ter conhecimento desse movimento. Desde sua fase política à fase do consumo, nota-se que a transformação social é substituída pela busca do prazer. Ou seja, os bens deixaram cada vez mais de serem usados como meio de reivindicações políticas para serem usados como capital simbólico. Um dos fatores que contribuíram para o deslocamento do conceito material é a cultura de massa, a qual instiga e mantém os sonhos projetivos, transformando-os em aspirações, como vimos anteriormente. A aspiração toma forma do consumo imaginário, que por sua vez, provoca o aumento do consumo real.

Retornando a Morin (2011), a tendência exigida pelo sistema industrial se choca com a exigência da natureza do consumo, o qual preza por um produto individualizado e novo. E assim o consumo se realiza a partir da estrutura do imaginário, através das imagens espetacularizadas dos mitos. É uma irrigação efetuada pelo movimento de projeção e identificação, onde a informação se reveste de elementos romanescos que se aproximem do mitológico; e o imaginário, é dominado pelo realismo. Assim a cultura de massa é movimentada: do real para o imaginário; e do imaginário para o real. Essa cultura abrange a vida tanto imaginária quanto vida prática. O consumo imaginário provoca o aumento do consumo real. E é nesse movimento que o homem médio vai buscar a valorização da vida privada, reproduzindo essa espetacularização na sua vida privada. Em virtude da insatisfação das realizações pessoais, o homem vai buscar essa felicidade no lazer. O lazer é consumido no cotidiano através das mídias de massa. Essas imagens espetacularizadas passam a influenciar a personalidade e a vida do homem moderno. E o lazer passa a ter como finalidade a mesma vida televisionada, idealizada, dos espetáculos, carregadas de bem-estar, conforto, libertação, conforme a mitologia impregnada nos temas divulgados pela mídia (MORIN, 2011).

O novo contexto mundial interfere na formação dos novos grupos juvenis. A estruturação da vida moderna efetivada por seus aspectos transnacionais, híbridos e mercadológicos direcionam para uma organização social voltada para corporações afetivas.

V COMcult

o que custa o virtual?

Reverberando, assim, na formação das subculturas formadas, hoje, que tendem a ter, também, tais características modernas: transitórias, variáveis, ordinárias e estéticas. Sendo assim, esses grupos tenderão a se unir muito mais por questões de afinidades do que por projetos futuros ou causas específicas em si. “(...) nesses grupos juvenis os projetos de transformação social vêm sendo gradativamente substituídos por uma busca intensa por lazer. Desta forma, a integração não se justifica pela identificação racional em torno de objetivos políticos ou revolucionários, mas pela ligação afetiva entre eles” (HERSCHMANN, 1997 *apud* WEBER; RONSINI, 2002, p.16). Como os jovens de Santa Maria, da fase de consumo, que justificam sua união a partir da identificação visual e musical.

Transformando-se mais numa questão de convivência, o fazer parte do grupo propicia com que seus integrantes e os de outros subgrupos convivam harmonicamente, pois o objetivo é mútuo, buscar prazer. Com um objetivo único de estar junto, o que liga esses jovens não é uma identificação ideológica, mas sim um sentimento hedonista e afetivo. Deste modo, a noção de pertencimento, também, se amplia e o grupo se compõe de indivíduos de variados estilos de grupos diferentes. Assim como os participantes, da mesma maneira, aceitam bem a movimentação de seus componentes de um grupo para outro. Torna-se possível a transição entre os variados grupos e da mesma maneira é legítimo possuir ou ter mais de uma representação - ser metade uma coisa e metade outra -, além de adquirir mudanças de estilo no decorrer de novas formas de identificação. A falta de racionalidade e organização permite que os variados grupos convivam em harmonia desfrutando de empatias, prazeres e afinidades, simultaneamente. A nova lógica que estrutura os coletivos juvenis organiza-se através de eixos que permeiam a expressão, lugar e prazer (WEBER; RONSINI, 2002, p.17).

Considerações finais

Pode-se constatar que houve mudanças nos objetivos iniciais que constituíam a formação dos punks de Santa Maria, os quais passaram de ideais políticos a propósitos hedonistas. E estas mudanças estariam relacionadas às “diferentes formas de apropriação realizadas pelos jovens da cidade mediadas pela sua situação de classe, pelo contexto histórico de cada época e pela forma e frequência de abordagem do punk pelos meios de comunicação de massa” (WEBER; RONSINI, 2002, p.2). Contudo, pode-se constatar,

V o que custa o virtual?

também, que ainda persiste um movimento de resistência por trás das manifestações culturais juvenis que tende ir numa direção contrária do imposto.

Tentando responder a pergunta inicial deste estudo, pode-se dizer, que o processo de desterritorialização aliado à massificação industrial das correntes culturais se encaminham para “a emergência de novas formas de relacionamento social no cotidiano da pós-modernidade” (WEBER; RONSINI, 2002, p.2), abrangendo, inclusive, as subculturas. E que desta forma, isso, talvez, possa estar relacionado ao enfraquecimento reacionário dos movimentos juvenis. O contexto híbrido, estratificado, comercial, sem dúvida, afeta e influencia as formações culturais juvenis, que passam a se constituir, também de forma efêmera, volátil, ampla, indefinida e variável. Porém, este trabalho se torna limitado a conceder um panorama mais preciso sobre uma possível passagem da descaracterização política para uma exclusiva ênfase hedonista das organizações culturais, que só uma pesquisa etnográfica poderia ser capaz de aferir tal condição.

Referências

- CANCLINI, Néstor Garcia. **Consumidores e Cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2010.
- CANEVACCI, Massimo. Das contraculturas às culturas intermináveis. In: **Culturas eXtremas: mutações juvenis nos corpos das metrópoles**. Rio de Janeiro: DP&A, 2005. p.13-55.
- DOUGLAS, Mary, BARON, Isherwood. **O mundo dos bens: para uma antropologia do consumo**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2004.
- FREIRE FILHO, João. Das subculturas às pós-subculturas juvenis: música, estilo e ativismo político. **Revista Contemporânea**, volume 3, n. 1, p.138-166, jan/jun. 2005. Disponível em: <<http://www.portalseer.ufba.br/index.php/contemporaneaposcom/article/view/3451/2517>>. Acesso em: 31 jul. 2015.
- KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia**. Bauru: EDUSC, 2001.
- MCCRACKEN, Grant D. **Cultura e Consumo: novas abordagens ao caráter simbólico dos bens e das atividades de consumo**. Rio de Janeiro: Mauad, 2003.
- MORIN, Edgar. **Cultura de Massas no século XX: espírito do Tempo 1: neurose**. 10 ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2011.
- PEREIRA, Carlos Alberto M. **O que é contracultura**. 6 ed. São Paulo: Brasiliense, 1983.
- WEBER, Andréa Franciéle; RONSINI, Veneza Veloso Mayora. **A trajetória do estilo punk em Santa Maria: da política ao consumo**. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/123085759432227178807735929725669088226.pdf>>. Acesso em 7 ago. 2015.