



MÍDIA, CULTURA JUVENIL E ROCK AND ROLL: COMUNIDADES, TRIBOS E GRUPAMENTOS URBANOS

Jeder Silveira Janotti Junior

Doutor em Ciências da Comunicação/Unisnos

Professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e

Cultura Contemporâneas –UFBa.

jeder@ufba.br

Resumo: O presente texto parte da proposição dos termos Comunidades de Sentido e Grupamentos Urbanos para o exame dos agrupamentos juvenis em suas ligações com a mídia contemporânea. Assim, procura-se abordar os aspectos tensivos que envolvem as manifestações grupais em seus aspectos globais e suas apropriações locais; acreditando que, cadeias midiáticas específicas servem de base a disputa e partilha de sentidos dessas comunidades e grupamentos.

Palavras Chaves:

Cultura Juvenil – Mídia e Grupamentos Urbanos - Música Popular Massiva.

1. Grupos juvenis e Mídia

Embora os dicionários reduzam juventude à: “idade moça; à mocidade, à adolescência...”, o conceito de juventude deve ser tensionado até permitir a compreensão de suas implicações dentro dos fenômenos midiáticos juvenis aqui abordados. Os cortes apresentados pela cultura dos jovens não obedecem somente a recortes geracionais ou lineares. A idéia de juventude não está limitada a certos estágios entre a infância e o mundo adulto. Essa idéia, presente no primeiro grande movimento juvenil do pós-guerra: o rock, abarca conformações que surgem com a explosão midiática após a Segunda Guerra e a valorização mercadológica do segmento juvenil a partir da música. Desde a década de



cinquenta é possível visualizar os movimentos juvenis através de cortes operados no posicionamento corporal e social em relação aos espaços normativos. Logo, esses posicionamentos foram incorporados como formas de distinção do mundo juvenil pelo mercado cultural, o que acabou gerando nichos mercadológicos realçados por práticas midiáticas específicas.

Abordar os movimentos juvenis contemporâneos a partir de seus dispositivos midiáticos permite entender esses fenômenos como processos partilhados de maneira global através de lançamentos mundiais de discos, vídeos, *sites*, enfim, através das atividades midiáticas de caráter global. Esses aspectos são filtrados pelas revistas, distribuidoras, apropriações das entrevistas e críticas presentes nos veículos nacionais. Nas apropriações locais estão envolvidos os locais de show, a tensão com as realidades regionais, a diferenciação entre grandes cadeias de distribuição e lojas especializadas, enfim, as especificidades produzidas nos encontros dos aspectos globais com os modos de consumo e produção regionais.

Grande parte dos estudos sobre mídia, música popular massiva e/ou “tribalismos” urbanos realça os aspectos sociológicos ou as análises de conteúdo dos produtos midiáticos, e em pouquíssimos casos é dado ênfase aos processos que envolvem cadeias midiáticas específicas na partilha e na disputa por produções de sentido características desses fenômenos. Assim, acredita-se ser relevante, a proposição de trabalhos que levem em consideração as características midiáticas desses processos para a compreensão do modo como esses fenômenos estruturam o universo desses grupamentos, conferindo aos participantes desses grupos meios de negociação e estruturação de suas angústias.

Hoje, um pequeno número de empresas de entretenimento controla uma parte substancial do mercado de bens culturais e, além disso, monopoliza praticamente todas as instâncias de produção, já que esse domínio envolve o percurso que vai desde a feitura dos produtos até os aparelhos que permitem a sua reprodução e consumo. Nesse cenário, noções como espaço nacional, cultura popular e/ou local parecem deslocadas. Não que elas não façam mais sentido e, sim, porque elas precisam ser repensadas diante de um cenário que envolve outras formas de produção e consumo das mídias. Por outro lado, configurações midiáticas características, que incluem consumo segmentado, “produções caseiras”, redes de distribuição alternativas e relações diferenciadas com o tecido urbano, permitem que uma



parcela significativa de indivíduos valorize determinados processos midiáticos em detrimento de consumos não-especializados.

Assim, o desenvolvimento da cultura midiática do pós-guerra está ligado ao aumento da produção massiva dos bens de consumo. As formas de recepção dos objetos culturais no mundo atual apontam para o estudo de sua arqueologia. Muito do consumo de séries televisivas, filmes de ficção científica e de produtos musicais, entre outros, não seguem uma historiografia de caráter linear. A apropriação cultural envolve determinadas produções de sentido que, apesar de fazer parte do mercado midiático, não podem ser reduzidas aos índices de audiência ou vendagem. O ato de consumir produtos midiáticos é uma forma de posicionamento que os transforma em objetos culturais. Segundo Canclini:

“O consumo é o conjunto de processos socioculturais em que se realizam a apropriação e os usos dos produtos. Essa caracterização ajuda a enxergar os atos pelos quais consumimos como algo mais que um simples exercício de gostos, caprichos e compras irrefletidas, segundo os julgamentos moralistas ou atitudes individuais, tal como costumam ser explorados pela pesquisa de mercado” (1998, p. 53).

Manifestações como o *heavy metal*, os esportes radicais, a cultura *clubber*, os *graphic novels* e o *hip hop* são , antes de mais nada, produções de sentido centradas no consumo de determinados objetos culturais. Segundo Calabrese:

“ Se considerarmos cada objeto da cultura como qualquer coisa de comunicável, veremos imediatamente que ele se integra numa cadeia de comunicação. É criado por um sujeito individual ou coletivo, é produzido segundo certos mecanismos de produção, manifesta-se segundo certas formas e conteúdos, passa através de certos canais, é recebido por um destinatário, individual ou coletivo, e determina certos comportamentos” (CALABRESE, 1988, p.20).

A apropriação dos objetos culturais segue padrões de reconhecimento que ultrapassam a idéia de passividade, pois o consumo enriquece o processo de recepção, isto é, o processo de leitura desses objetos. É importante, nesse contexto, identificar a maneira como os objetos são consumidos e o modo como suas apropriações são efetivadas. A recepção da cultura midiática, as expectativas que giram em torno dos estilos não são ligadas exclusivamente ao universo cultural de um grupo específico. O objeto cultural está relacionado a um universo mais amplo, como afirma Simon Frith:



“Se as relações são constituídas em práticas culturais, então nosso senso de identidade e diferença é estabelecido no processo de discriminação. E isso é tão importante para o popula massivor como para as atividades culturais burguesas, importante igualmente para os níveis mais íntimos da sociabilidade (um aspecto do modo como as redes de amizade e namoro são organizadas) e os mais anônimos níveis de escolhas mercadológicas (o modo como as indústrias da moda e da propaganda procuram nos posicionar socialmente traduzindo julgamentos individuais do que gostamos e desgostamos em padrões de venda). Essas relações entre julgamentos estéticos são claramente cruciais para as práticas da cultura popular massiva, para os gêneros, cultos e subculturas” (1998, p. 18.).

Considerando diferentes tipos de manifestações culturais, a tensão entre global e local ganha pesos diferenciados, mas são termos sempre interdefinidos. Delimitar o interior, pressupõe o outro pólo: o exterior.

Diante desse cenário, parece adequado pensar a configuração midiática dos grupamentos centrados no consumo de determinados objetos culturais, como os já citados *clubbers*, *headbangers*, *skatetistas*, etc, a partir de uma proposição metodológica que permita reconhecer as diferenças e as similaridades que envolvem os aspectos globais e locais desses grupos. Assim, os conceitos de **comunidades de sentido** e **grupamentos urbanos**, são aqui apresentados como hipóteses de trabalho que possibilitam a análise das condições de produção e reconhecimento desses fenômenos da cultura contemporânea.

2. Comunidades de Sentido

O que, neste trabalho, denominam-se **comunidades de sentido** são determinadas agregações de indivíduos que partilham interesses comuns, vivenciam determinados valores, gostos e afetos, privilegiam determinadas práticas de consumo, enfim, manifestam-se obedecendo a determinadas produções de sentido em espaços desterritorializados, através de processos midiáticos que se utilizam de referências globais da cultura atual. É a vivência desses sentidos, através do consumo de determinados objetos culturais, que permite a um indivíduo reconhecer seus pares, seja um *skatetista*, um *punk*, um *headbanger*, um *clubber*; independentemente do território em que esses sentidos se manifestam.

É importante destacar que não se está referindo especificamente à acepção tradicional de comunidade, que remeteria a um espaço geográfico preciso e às relações diretas com certas tradições. Dessa forma, o termo não é tomado em seu emprego mais usual. O primeiro critério considerado para a constituição de uma Comunidade de Sentidos é o compartilhamento de determinados valores, gostos e afetos que ressaltam o ‘ideal comunitário’. Como demonstram as próprias comunidades virtuais, a comunicação via redes digitais permite determinadas vivências comunitárias. Assim, o que aqui se denominam Comunidades de Sentido diferencia-se basicamente de sua acepção tradicional pela noção de desterritorialização. Na verdade, as comunidades também sofreram processos de transformações em virtude das novas configurações de sentido da cultura midiática.

Os territórios das Comunidades de Sentido seriam, antes de tudo, territórios simbólicos que possibilitam a manifestação de sentidos, presentes na produção discursiva das culturas midiáticas. Dessa forma, se não se partilha o território físico, continua-se a partilhar imagens, vestuários, posicionamentos corporais, valorações presentes nos objetos culturais que fundam esses territórios simbólicos, possibilitando, aos membros das comunidades, reconhecerem-se dentro desse território, independente das fronteiras geográficas tradicionais. Isso não significa que os membros dessas comunidades perderam seus traços locais e, sim, que os patamares, em que as comunicações entre seus membros se estabelecem, são aquelas que resumem os traços comuns a toda comunidade em nível global. Por isso, é possível falar em comunidades de roqueiros, grafiteiros, skatistas, etc, situadas para além de suas localizações geográficas específicas. Ao falar particularmente das comunidades de roqueiros, Grossberg afirma que:

“A noção de comunidade (e conseqüentemente de ‘arte popular’) é problemática quando aplicada à cultura juvenil, e o que é chamado comunidade rock and roll não pode ser definido geograficamente. Mas a noção de comunidade é uma noção espacial; a interação face-a-face do cotidiano tem sido colocada como a determinação dominante da partilha de experiências e de critério para a comunidade. Mas se a temporalidade for realocada espacialmente para definir a audiência rock and roll, então a música necessita de uma disseminação generalizada para ser partilhada entre os membros de suas audiências especializadas. O produto musical pode ser reproduzido como um objeto (por exemplo, um disco) precisamente se ele está disponível para aqueles a quem é endereçado, para aqueles que existem dentro de suas fronteiras. A música deve voluntariamente adentrar em vários sistemas de práticas econômicas e



conseqüentemente aceitar sua existência claramente como arte de massa” (1997, p. 59).

As Comunidades de Sentido são definidas pela forma diferenciada como enformam os sentidos, independentemente das geografias locais. É esse recorte diferenciado que determina quem são seus membros, pois cada comunidade delimita fronteiras na massa amorfa de sentidos, privilegiando certos valores em detrimento de outros, em meio a um cenário desterritorializado. Os objetos culturais consumidos em nível mundial são pontos cruciais na introdução e reconhecimento das Comunidades de Sentido, permitindo cartografar as formas de manifestação da especificidade dessas comunidades. Para compreender a exata dimensão dos fenômenos aqui apresentados, vale destacar a afirmação do semioticista Louis Hjelmslev: *“O sentido é antes de tudo informe, isto é, não está submetido, em si mesmo a uma formação qualquer. Se há limites aqui, eles estão na formação e não no sentido” (1975, p.79).*

Dessa forma, o termo Comunidades de Sentido remete a práticas discursivas que se submetem não só a uma configuração mundializada dos sentidos, mas também aos aspectos globais investidos em certos produtos da cultura midiática. A Comunidade de Sentido fornece uma espécie de ‘capital cultural’ para que a vivência de determinados valores seja partilhada em um nível global, através das mídias compartilhadas mundialmente.

Isso porque, apesar das especificidades das apreensões locais: (1) há configurações de sentidos e objetos culturais que são reconhecidos de maneira desterritorializada e que caracterizam, de maneira diferencial, as comunidades de sentido. (2) esses objetos ligam-se a redes midiáticas específicas, fundadas em processos de circulação característicos, forjando projeções e partilhas de sentidos diferenciados.

Mas algumas ressalvas devem ser feitas para evitar qualquer acusação de romantismo ou ingenuidade no trato com esses fenômenos. Nessa direção, acredita-se que: (1) a especificidade dessas comunidades está marcada pela sua própria normatização, que estabelece regras de práticas sociais e discursivas nos entrecruzamentos entre produtores e receptores; (2) os espaços das comunidades, dessa forma, também operam cerceamentos, opressões simbólicas e codificações. São eles que permitem o reconhecimento entre os pares, mas que indicam o *outro*, o ‘estranho’ como ‘indesejado’, (3) os aspectos locais continuam sendo importantes quando da apropriação dos objetos culturais pelos membros das



comunidades; daí a valorização do território urbano, local de manifestação última das produções de sentido.

Os traços da diversidade são marcantes na tentativa de compreensão dos inúmeros grupos juvenis que compõem a paisagem urbana contemporânea. Esses traços caracterizam parte do processo de construção de espaços específicos para que uma massa considerável de indivíduos possa exercitar determinadas produções de sentido diante da avalanche de produtos culturais presente na cultura e comunicação contemporâneas:

“A transnacionalização da cultura efetuada pelas tecnologias comunicacionais, seu alcance e eficácia, são mais bem compreendidas como parte da recomposição das culturas urbanas, ao lado das migrações e do turismo de massa que enfraquecem as fronteiras nacionais e redefinem os conceitos de nação, povo e identidade” (CANCLINI, 1998, p.30).

3. Grupamentos Urbanos

As Comunidades de Sentido manifestam-se localmente através da reunião de indivíduos em Grupamentos Urbanos que operam a apropriação local dos objetos culturais veiculados mundialmente. Esse não é um caminho linear; ao fazer circular os sentidos, os indivíduos operam uma retroalimentação dos estilos que fundam a comunidade. Isso se dá não só através das desigualdades entre as condições de produção e de consumo dos produtos veiculados pelas Comunidades de Sentido, como também através das respostas locais que envolvem a produção de objetos culturais específicos, a partir de valores que permitem negociações localizadas entre sentidos mundializados e questões paroquiais. Assim, é possível se falar na cena de *drum'n'bass* ou de *heavy metal* tanto em seus aspectos globais, como em suas apropriações específicas em Berlim, Salvador, João Pessoa ou Aracaju.

Parte-se então do pressuposto de que as negociações locais dos valores difundidos globalmente são os traços característicos dos grupamentos que surgem a partir do que foi esboçado acima. Existem graus variados na intensidade dessas apropriações, que levam em conta desde a dificuldade de acesso a determinados produtos, até os comprometimentos ideológicos. As gradações nas relações entre as Comunidades de Sentido (global) e os Grupamentos Urbanos (local) variam de acordo com os diferentes grupos e baseiam-se em modos de circulação específicos.



Nessa linha de reflexão, acredita-se que os traços que caracterizam o grupamento são: (1) a apropriação dos objetos culturais veiculados globalmente em determinados contextos urbanos; (2) as negociações culturais específicas com as realidades locais; e (3) a alocação de um processo comunicacional característico que envolva também a apropriação de objetos culturais.

Como se pode ver, propõe-se a denominação Comunidades de Sentido e Grupamentos Urbanos como termos interdefinidos. O elemento definidor fundamental dos Grupamentos Urbanos é, ao mesmo tempo, tanto o seu pertencimento a uma Comunidade de Sentido, quanto a sua diferenciação enquanto produção de sentido localizada. As manifestações culturais são operadas através de produções de sentido presentes nas socialidades que dão origem às cartografias das Comunidades de Sentido e dos Grupamentos Urbanos.

Esse tipo de socialidade percebido nos fenômenos grupais, que perpassam a paisagem cultural atual, encontrou uma ampla ressonância nas idéias desenvolvidas pelo sociólogo Michel Maffesoli no livro *O tempo das tribos* (1998). Os conceitos de ‘tribo’ e ‘neotribalismo’ tornaram-se uma constante nas descrições e análises de vários fenômenos culturais não só no mundo acadêmico, como nos cadernos de cultura e nos próprios processos de auto referenciação dos grupos. Por se reconhecer a relevância do conceito de ‘tribo’ e a argúcia das observações do sociólogo francês, faz-se necessária uma reafirmação dos motivos pelos quais este trabalho propõe os conceitos de Comunidades de Sentido e Grupamentos Urbanos para explicar os fenômenos que pretende descrever: é que, mesmo havendo vários pontos em comum entre o conceito de Grupamento Urbano e tribo, o traço distintivo do par proposto é a interdefinição que envolve as conceituações Comunidade e Grupamento. Nessa perspectiva, é importante ressaltar que não se está propondo uma pura e simples substituição de conceitos, e, sim, um desenvolvimento que permita uma compreensão mais ampla das gradações que envolvem as diversas relações entre o global e o local nos processos de negociações culturais do mundo contemporâneo.

Assim, ao afirmar que *“A metáfora da tribo, por sua vez permite dar conta do processo de desindividualização, da saturação da função que lhe é inerente, e da valorização do papel que cada pessoa (persona) é chamada a representar dentro dela.”* (MAFFESOLI, 1998, p.9), Maffesoli enfatiza apenas alguns dos elementos presentes do nosso ponto de vista, nas Comunidade de Sentidos e nos Grupamentos Urbanos: a importância da partilha de



sentidos na constituição desses grupos, dando pouca visibilidade à questão das tensões e disputas que envolvem não só a apropriação dos produtos culturais, bem como, a manifestação desses grupos na paisagem urbana, descaracterizando desse modo a idéia de que, nesses agrupamentos, os indivíduos participam de negociações complexas, que envolvem não só a desterritorialização, mas também as pressões paroquiais presentes nesses processos. Logo, não se trata de uma discordância em relação à idéia de que uma espécie de ‘tribalismo’ faz parte da cultura atual, mas diz respeito ao fato de que, para as especificidades dos fenômenos aqui descritos, é necessário um desdobramento que leve em consideração a interdefinição entre fenômenos sociais e sua circulação midiática; entre a socialidade da urbe e produções de sentido desterritorializadas. Reconhece-se, dessa forma, a contribuição de Michel Maffesoli no que concerne à compreensão da partilha de sentidos, à conformação das estéticas desses grupos e à importância da urbe nessa socialidade. Em sua perspectiva, a análise dos Grupos Urbanos envolveria a urbe, mas seria mais pontual que a idéia de cultura urbana, uma vez que essa última é mais abrangente que os fenômenos analisados, que seriam meros fragmentos da cultura urbana.

4. A urbe

A cidade é o cenário dominante em que as produções de sentido dos Grupos Urbanos são vivenciadas. O tecido cultural atual é marcado por suas características híbridas, que colocam, no mesmo patamar, tanto o culto e o popular, quanto o tradicional e o contemporâneo. Para tratar dessa multiplicidade, Canclini adota a denominação cultura urbana. Nesse contexto, torna-se importante:

“Perceber que as transformações culturais geradas pelas últimas tecnologias e por mudanças na produção e circulação simbólica não eram responsabilidade exclusiva dos meios comunicacionais induziu a procurar noções mais abrangentes. Como os novos processos estavam associados ao crescimento urbano, pensou-se que a cidade podia transforma-se na unidade que daria coerência e consistência analítica aos estudos” (CANCLINI, 1998, p.284).

Assim, a cidade contemporânea é palco de uma mudança substancial nas condições de produção e de reconhecimento dos objetos culturais. Os grupos locais, herdeiros de fortes tradições culturais e distantes relacionamentos comunicacionais com as culturas



nacionais e internacionais, deram lugar a uma tessitura urbana, em que o acesso a produtos culturais heterogêneos e a informações mundializadas permitem um contato constante com comunicações transnacionais. Isso não significa que as desigualdades de acesso à informação tenham sido resolvidas ou que não existam grupamentos cuja principal baliza seja processos calcados na tradição, mas, sim, que amplas configurações híbridas fazem parte do cenário atual.

Antes de se falar da hegemonia da cultura midiática é preciso olhar as metrópoles urbanas, que confundem o mais atento dos observadores. Afinal, as telas eletrônicas, as peças publicitárias televisivas e o próprio consumo das redes digitais podem ser vivenciados nos calçamentos das ruas e avenidas. O tecido urbano é o lugar privilegiado dos sentidos comunicacionais.

O rearranjo do tecido urbano e a produção de sentido forjada nas inter-relações entre as novas tecnologias informacionais, as casas e as ruas criam outros cenários para a apropriação dos objetos culturais. A velocidade informacional abala os espaços contemplativos. O excesso de informação, que parece criar incertezas constantes, também pode ser o *locus* de ressignificações culturais.

As vias híbridas, verdadeiras encruzilhadas culturais, permitem o surgimento de novos espaços sociais, onde são encontradas interconexões entre o local e a experiência de mundialização. Desse modo, as cidades podem ser vistas como imensos vasos comunicantes em que as possibilidades de produção de sentido e, conseqüentemente, o estabelecimento de novas configurações espaciais e temporais funciona sobre cartografias maleáveis.

Evidentemente, a produção de sentido também é perpassada por esses processos. A dinâmica presente na cultura urbana é interdependente dos fluxos comunicacionais, presentes na cultura midiática. Nos cruzamentos das cidades, os interesses mercadológicos encontram-se com julgamentos de valor e partilhas de sentido:

“As lutas semânticas para neutralizar, perturbar a mensagem dos outros ou mudar seu significado, e subordinar os demais à própria lógica, são encenações dos conflitos entre as forças sociais: entre o mercado, a história, o Estado, a publicidade e a luta popular para sobreviver” (CANCLINI, 1998, p.301).

Dessa forma, diferentes modos de apropriação do tecido urbano forjam diferentes produções de sentido. Comprar um CD pirata em um camelô, em meio às movimentadas ruas



do centro, não é igual a ir a uma loja especializada em um *shopping center*, localizado em uma área nobre. Sair de casa, enfrentar o trânsito para ir a um centro de *videogames* é diferente de possuir uma estação de *games* dentro do espaço doméstico. “*Os sentidos das tecnologias se constroem conforme os modos pelos quais se institucionalizam e se socializam.*” (CANCLINI, 1998, p. 308).

Assim, a interdefinição entre Comunidades de Sentido e Grupamentos Urbanos perpassa essas apropriações culturais através dos processos de territorialização e desterritorialização. A tensão entre a perda das referências em relação aos aspectos tradicionais e a configuração de novas teias culturais gera uma gama de possibilidades na articulação entre a urbe e o processo de globalização. Apesar de, aparentemente efêmeras, as teias atuais possuem uma abrangência infinitamente maior do que as antigas configurações culturais.

Essas articulações são construídas nas relações com o outro e com os confins. “*Mas o outro já não é o territorialmente distante ou alheio, mas o multiculturalismo constitutivo da cidade que habitamos*” (CANCLINI, 1998, p. 89). A cidade hodierna é erguida nos encontros entre a velocidade dos fluxos comunicacionais e o ritmo cotidiano do asfalto e concreto, em suma, na ocupação física dos territórios urbanos. Essa brecha suscita uma série de incertezas que são compensadas pela demarcação de territórios por parte dos Grupamentos Urbanos:

“O sentido da cidade se constitui no que a cidade dá e no que não dá, no que os sujeitos podem fazer com sua vida em meio às determinações do hábitat e o que imaginam sobre si e sobre os outros para suturar as falhas, as faltas, os desenganos com que as estruturas e interações urbanas respondem às suas necessidades e desejos.” (CANCLINI, 1998, p. 91).

Esse percurso acabou mostrando a necessidade de questionar o modo como os sentido são enformados e dão forma aos movimentos juvenis contemporâneos, uma vez que esses elementos são fundamentais no estabelecimento das fronteiras que permitem o reconhecimento dos pares e do ‘outro’ para esses grupos, sendo necessário abordar então, a especificidade dos objetos culturais que circulam pelas Comunidades de Sentido e Grupamentos Urbanos, ou seja, analisar tanto de as condições de produção e consumo desses objetos, bem como as práticas discursivas e dos valores os circundam.



Referências Bibliográficas

- BARBERO, Jesús Martin. **Dinamicas Urbanas de la Cultura**. Colômbia: Ed Pontificia Universidad Javeriana, 1994.
- BENNETT, Andy. **Popular Music and Youth Culture: music, identity and place**. Cidade: McMillian Press, 2000.
- CALABRESE, Omar. **A Idade Neobarroca**. Lisboa: Edições 70, 1988.
- CANCLINI, Nestor García. **Consumidores e Cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. Rio de Janeiro: UFRJ, 1995.
- _____. **Culturas Híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade**. São Paulo: EDUSP, 1997.
- CANEVACCI, M. **Sincretismo: uma exploração das hibridações culturais**. São Paulo: Studio Nobel, 1996.
- FRITH, Simon. **Performing Rites: on the value of popular music**. Cambridge/Massachusett: Havard University Press, 1998.
- GROSSBERG, Lawrence. **Dancing in Spite of Myself: essays on popular culture**. Durham/London: Duke Univerrssity Press, 1997.
- HALL, Stuart. **A Identidade Cultural Na Pós-Modernidade**. Rio de Janeiro, DP & A Editora, 1999.
- HJMESLEV, Louis. **Prolegômenos a uma Teoria da Linguagem**. São Paulo: Perspectiva, 1975.
- JANOTTI JR, Jeder. *Heavy Metal e Mídias: das comunidades de sentido aos grupamentos urbanos*. Tese de Doutorado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da UNISINOS. São Leopoldo-RS, 2002 *mimeo*
- _____. “Rock and Roll all Nite”: Notas sobre rock pesado, tecido urbano e sua apropriação em Porto Alegre. In: HAUSSEN, Doris Fagundes. **Mídia, Imagem & Cultura**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2000. p. 249-264.
- _____. Afeto, Autenticidade e Sociabilidade: Uma Abordagem do Rock Como Fenômeno Cultural. **Lugar Comum: Estudos de Mídia, Cultura e Democracia**. Rio de Janeiro:UFRJ nº15/16, set-2001-abril-2002. p.197-216.
- MAFFESOLI, Michel. **O Tempo das Tribos**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1998.
- SA, Simone Pereira. Utopias comunais em rede, discutindo a noção de comunidade virtual. **Fronteiras: Estudos Midiáticos**. São Leopoldo: UNISINOS, v. III, n. 2, p.159-161, dez. 2001.