

Representações de tribos juvenis no espaço urbano: primeiras reflexões

Representations of tribal youth in urban areas: first studies

Oswaldo Mammana Neto*

RESUMO

A sociedade contemporânea carrega em si uma série de significações que, para que sejam compreendidas por um estudioso atento, se deve atentar para as mudanças sutis nas estruturas culturais e conjunturais da sociedade. O presente artigo propõe-se a discutir o surgimento das tribos urbanas e de suas representações no espaço da cidade, priorizando alguns aspectos como identidade, consumo e expressão de comunidades de sentido ligadas a grupos juvenis.

PALAVRAS-CHAVE: tribos juvenis, grupamentos urbanos, representações, afetividade, pós-modernidade.

ABSTRACT

The contemporary society carries a range of meanings that, to be understood by an attentive student, should look for subtle changes in economic and cultural structures of society. This article proposes to discuss the rise of urban tribes and their representatives in the city area, prioritizing things like identity, consumption and expression of sense communities linked to teen groups.

KEYWORDS: tribal youth, urban groups, representation, affection, post-modernity.

As diversas formas de análise da sociedade são fundamentais para se entender a realidade na qual estamos inseridos. Em verdade, se apresentam aos nossos olhos mudanças nas esferas do público e do privado cada vez mais complexas e, o que é mais preocupante, cada vez mais rápidas. A dinamização das relações sociais muitas vezes desafia pesquisadores de todas as áreas a estudar essa amálgama de forças e influências, não raro contraditórias entre si, que alguns chamam de pós-modernidade e outros sociedade contemporânea.

A ciência histórica não se mostra insensível às mudanças de abordagem que se fazem necessárias para uma análise significativa do homem, de sua relação com a sociedade e da sua ação no tempo. As tendências da historiografia contemporânea vão direto ao encontro dos

* Graduado em História. É especialista pela PUC-SP em História, Sociedade e Cultura. Desde setembro de 2008 integra o Núcleo de Estudos de História Social da Cidade (NEHSC) da PUC-SP. Tem voltado suas atenções para a área de Psicologia Arquetípica, buscando estabelecer relações entre grupamentos urbanos e História.

esforços de estudiosos dedicados no sentido de dar voz a uma história das subjetividades que contribua para o aperfeiçoamento do conhecimento histórico, estudando nuances geralmente ignoradas em detrimento de análises políticas e econômicas.

A partir desse contexto, torna-se fundamental ressaltar o papel da música como documento histórico válido e rico para uma análise sobre os paradigmas de gênero e outras abordagens, principalmente no que diz respeito às características do fenômeno conhecido como “tribos urbanas” e suas representações no espaço da cidade. A história das sensibilidades caminha na direção de historicizar os sentimentos e demonstrar a superficialidade da utilização de anseios universais fechados, já que, dialeticamente, a História se movimenta e valores e sentimentos repudiados em determinados períodos são plenamente aceitos em outros. Estudos sobre o hip-hop e outros gêneros musicais de protesto, que antes eram relegados a um segundo ou terceiro plano, estão cada vez mais se tornando objetos de interesse dos estudiosos das mais diversas áreas, que detectaram nas músicas expressões relevantes para o entendimento das diversas percepções de mundo que permeiam nossa sociedade.

Durante muito tempo a mídia e a indústria cultural foram encaradas por estudiosos como uma forma de reforçar a alienação dos indivíduos em uma sociedade capitalista selvagem, onde somente uma pequena elite estava no cerne das grandes decisões sociais. Essa análise é perfeita quando se propõem a analisar a realidade em uma perspectiva de classes opostas, uma exploradora e outra explorada. Sem dúvida essas análises são valiosas pois cada vez mais percebemos que a “difusão da cultura” gera fenômenos peculiares, como proletários que reproduzem os valores capitalistas predatórios ou homossexuais justificando posturas homofóbicas mesmo sabendo que a estrutura social que eles defendem os rejeita em sua base. Tais abordagens, porém, não encontram eco neste artigo.

O objetivo a que se propõe no presente estudo é discutir de forma geral as motivações, sentimentos e formas de associação dos jovens na ótica do consumo e das representações dos grupos juvenis no espaço da cidade. Sutilezas dessa natureza geralmente são encaradas como menos importantes por estudiosos das grandes estruturas sociais, porém salientamos que na atualidade são justamente nesses grupamentos que se desenvolvem relações políticas e sociais que estruturam a dinâmica da juventude, uma importante parcela do corpo social urbano.

Onde essas manifestações de grupos juvenis se tornam mais visíveis à parcela da sociedade que ignora as complexidades de suas produções de sentido? Em que ambiente circulam informações especializadas produzidas como formas de representação dessas tribos? Na cidade. Mas não podemos mais encarar a cidade simplesmente como um conjunto de

bairros que se espalham em um determinado espaço, até porque a redução das distâncias gerou modificações enormes em sua infra-estrutura.

As ciências sociais contribuem para essa dificuldade com suas diferentes escalas de observação. O antropólogo chega à cidade a pé, o sociólogo de carro pela estrada principal, o comunicólogo de avião. Cada um registra o que pode, constrói uma visão diferente portanto, parcial. Há uma quarta perspectiva, a do historiador, que não se adquire entrando mas sim saindo da cidade, partindo do seu centro antigo em direção aos seus limites contemporâneos. Mas o centro da cidade atual já não está na cidade (CANCLINI, 1998, p. 21).

A cidade hoje é algo louco, que sofre cada vez mais influência das estruturas profundas da sociedade atual. Pensemos em São Paulo, de luzes acesas 24 horas por dia, com migrantes continuamente se instalando em todas as regiões, carregando consigo as mais diversas vivências e visões de mundo. Além de suas tradições, essa população porta mercadorias oriundas dos mais distantes lugares do globo e, em lugares não ortodoxamente delimitados, instalam suas barracas de artigos para venda. A cidade hoje é viva e estudá-la apresenta diversos ardis bem mais complexos do que definir seu espaço em um mundo sem espaço. A circulação de pessoas e informações, os comércios formal e informal, a produção cultural, a criminalidade e, concomitantemente, os grupamentos urbanos juvenis são aspectos preciosos para se entender, por exemplo, uma São Paulo cosmopolita.

A MÚSICA COMO PARTE DA CULTURA JUVENIL NOS GRUPAMENTOS

Atrelada, de uma forma ou de outra, ao sentimento de renovação e de rebeldia perante os valores de um burguesismo (MAFFESOLI, 2006) de produção contínua, a cultura juvenil se desenvolveu vertiginosamente nas cidades através das músicas de protesto, do rock e de seus subgêneros, do reggae, do hip hop, e de diversos outros estilos musicais porta-vozes dos grupos juvenis que representam. Por meio da estética musical, delineou-se na urbe uma forma de expressão da ideologia das tribos juvenis.

Tal concepção, no entanto, se torna mais complexa diante das intermediações informativas promovidas pelos meios de comunicação, pois os jovens são consumidores de produtos simbólicos e materiais voltados a eles, pertençam a um grupo de roqueiros, de *rappers* ou de surfistas. Além dos meios de comunicação de massa, por meio das mídias especializadas, como fanzines, revistas, panfletos e internet, a produção e circulação simbólica se torna essencialmente segmentada de acordo com as preferências musicais. Nota-

se que a música, que nunca teve tanta repercussão e facilidade de acesso como na atualidade, é um importante elemento na estruturação de grupos urbanos.

Muito já foi produzido no sentido de delinear uma tendência à individualização das relações na estrutura do capitalismo contemporâneo. Argumentamos, porém a necessidade de se repensar esse individualismo, já que se observa nos últimos anos um crescimento ascendente da popularidade do tribalismo entre os jovens e da necessidade de se estabelecer círculos de relações de grupo fora do contexto de partidos políticos. A atual descrença com os rumos da democracia brasileira e o império da desmotivação política começam ser construídos no imaginário dos cidadãos desde tenra idade: jovens associam política ao roubo e à “maracutaia”. Muitas vezes isso impede o jovem de ver que suas relações intra-tribos são também políticas pois se baseiam na discussão, oposição e argumentação de diversas visões de mundo e posturas de aceitação ou repúdio a determinadas idéias.

As tribos urbanas hoje constituem um fenômeno extremamente valioso para se perceber como bem na “aurora de nossa desesperança” surge um novo tipo de grupo que tem como base o compartilhamento de gostos e afetos que ressaltam um “ideal comunitário”.

Esses grupos representam um ethos caminhando lentamente para se estruturar através de uma solidariedade empática: de início cria-se um senso de pertencimento a um grupo e a disposição de encontrar-se nem que seja para “não fazer nada junto”. A sociedade capitalista tentou frear esse processo de integração dos jovens, não de forma violenta mas sim através da marginalização da imagem de certos grupos como punks, góticos e headbangers. Porém, em muitas ocasiões, esses grupos foram usados como expressão ou símbolos do aspecto democrático e libertador da pós-modernidade.

TRIBOS E INFLUÊNCIAS SOBRE O CONSUMO

É inegável a tendência humana à associação em grupos de indivíduos que nutrem interesses e ideais comuns, porém chamamos atenção para o papel da música na integração dos jovens em tribos urbanas as quais vão de encontro com seus gostos, preferências e produções de sentido. O reconhecimento das tribos, porém, não está associado apenas ao som, mas também às referências visuais (como as “famosas” franjas dos emos) e a determinadas práticas criteriosas de consumo (como a compra de colares coloridos dos clubbers, coturnos dos góticos) que fazem com que os indivíduos se sintam partes do conjunto.

Através dos elementos identitários concretizados em acessórios e músicas, as tribos juvenis criam um arcabouço cultural para que determinadas vivências e valores sejam compartilhados de uma maneira significativa para esses jovens. Uma vez integrado a uma

tribo específica, o indivíduo passa a se apropriar de determinados comportamentos, vestuário e acessórios que o identificam como um membro da tribo. Naturalmente, por consequência, existe uma interferência coletiva na produção de sentido que o membro terá a respeito de determinados produtos de uma cultura diferente da do seu grupo. O que parece uma opinião individual pode ser uma reprodução, pelo menos em algum grau, da opinião do grupo.

As tribos não se manifestam isoladamente em guetos nos centros urbanos, pelo contrário: auxiliam na constituição da diversidade social, cultural e ideológica que compõe o espaço híbrido da cidade como um todo. Basta um breve passeio pela região central de São Paulo para constatar a imensa variedade de pessoas com estilos, vestimentas e posturas passíveis de associação com grupamentos urbanos. É possível observar que também o comércio de roupas, calçados, acessórios se diversifica para atender às demandas por produtos voltados especificamente para aspirantes e membros de determinados grupamentos urbanos. Uma loja de Surf e Streetwear pode perfeitamente dividir paredes com uma loja de botas militares estilizadas e ter estacionada, logo em frente, uma barraca de pulseiras e colares feitos exclusivamente com palha e sementes.

Um dos locais do centro antigo de São Paulo onde essa multiplicidade, tanto de tribos quanto de lojas, é mais evidente é nas Grandes Galerias, próximo ao Vale do Anhangabaú, popularmente chamada de Galeria do Rock. Em uma única área da cidade, em um raio que não ultrapassa os 500 metros, encontram-se manifestações locais das tribos de punks em quase todas suas vertentes, rappers, headbangers, góticos, skatistas, skinheads, clubbers, indies, grunges e de muitas outras.

A manifestação de cada uma dessas tribos de jovens assume um caráter regional paulistano, pois influencia e recebe influências dos demais grupos sociais (tribais ou não) que se encontram no centro. A partir de então é possível estudar, por exemplo, o comportamento de consumo de um grupamento urbano de rappers da região central de São Paulo, que apresenta uma série de peculiaridades em relação ao grupamento de rappers da região de Heliópolis. Ambos fazem parte de uma mesma tribo, mas, devido às diferenças na territorialidade e nas influências socioculturais da região, pertencem a grupamentos urbanos distintos.

Um dos patronos do marketing, Phillip Kotler, já considerava a importância dos grupos para os indivíduos e seus subsequentes reflexos no consumo. Nesse sentido, a esfera dos grupos de referência é mais sutil e, por vezes, mais determinante que a das bases convencionais de segmentação de mercado (classificações etária, geográfica e demográfica).

Relaciona-se de forma mais intimista com o público por estar diretamente associada aos comportamentos influenciados pelos grupamentos urbanos.

Para Kotler (1993, p. 212), os grupos de referência “exibem ao indivíduo novos comportamentos e estilos de vida. Eles também influenciam as atitudes pessoais e de auto-estima, porque as pessoas normalmente desejam imitar”. Consequentemente isso gera certa pressão que tende a afetar a escolha individual de compra de certos produtos e marcas. O autor subdivide os grupos de referência em três categorias principais: os grupos de associados, aqueles de que os indivíduos já fazem parte; os grupos de aspiração, os quais os indivíduos gostariam de integrar; e os grupos de dissociação, cujos valores e comportamentos são rejeitados.

A título de exemplo, um jovem de 13 anos de idade pode, ao mesmo tempo, sofrer diversas influências no seu comportamento de acordo com os grupos de referência ao seu redor: pode, simultaneamente, ser associado ao grupo dos estudantes da 7ª série do Ensino Fundamental de determinado colégio; aspirar pertencimento ao grupo dos skatistas da 8ª série e rejeitar todos os grupos dos estudiosos da escola. Todas essas variáveis referenciais – além de muitas outras externas ao ambiente escolar – interferem, de uma forma ou de outra, na ideologia e no comportamento desse jovem. ‘

Em verdade, se colocamos que a associação por meio de grupamentos reflete em algum aspecto uma evidência clara de solidariedade no mundo contemporâneo, exaustivamente caracterizado como individualista, devemos estar atentos às relações que acontecem dentro das tribos, pois elas nos oferecem pistas para o delineamento das mudanças sutis da sociedade atual. Em geral existe um clima de importância que se estabelece na vida do jovem que ingressou em uma tribo. Apenas alguns pesquisadores mais atentos às mudanças da pós-modernidade percebem que determinados delineamentos teóricos acabaram por esgotar-se em relação às análises que necessitam ser efetivadas para a compreensão da sociedade atual: boa parte dos pesquisadores da comunicação, por exemplo, preocupam-se demais com aquilo que se verbaliza em um determinado processo comunicacional.

O fenômeno do tribalismo obedece a uma ordem dionisíaca que pode ser cada vez mais percebida na atualidade. Um importante cerne no estudo dos grupamentos urbanos deveria levar em consideração a dimensão afetiva e sensível que caracteriza as relações dentro das tribos, em oposição à clara e evidente estruturação de uma ordem política ortodoxa que pode ser exemplificada na criação de um partido político. A constituição das tribos obedece muito mais à lógica do “partilhar em conjunto”, do refúgio em ombros amigos, de uma solidariedade afetiva, do que de uma luta encarniçada por um ideal que deve ser imposto à

sociedade geral. Essa informalidade porém consegue gerar uma micro-sociedade de idéias que consegue, de certa forma, minorar o papel do indivíduo formando uma rede de integração social. Uma característica interessante da associação por tribos na contemporaneidade é que a integração nesses grupos tem muito mais importância do que aquilo que é integrado ou os objetivos que esses elementos possam querer alcançar com essa união. A integração por clãs vem então a lembrar a importância da afeição na vida e nas relações entre os jovens. A preocupação do sofrer junto e do ser incompreendido junto dão ordem à estrutura que se constrói.

As vantagens de se pertencer a uma tribo são colocadas de lado quando se pensa no compartilhamento do espaço. Na verdade encontramos aí uma diferença entre as tribos juvenis e algumas sociedades que claramente visam beneficiar seus membros. O compartilhar do espaço no contexto das tribos adquire uma finalidade por si só e isto pode ser percebido em relações simbólicas, verdadeiros ritos de união que se manifestam, por exemplo, no “beber com os amigos”. Esses ritos têm em si uma série de funções como a reafirmação da coesão do grupo, a representação de alianças entre tribos, a troca de experiências entre os mais antigos e os mais novos etc. Assim sendo, acreditamos que as relações internas nas tribos são muito mais complexas do que aparentam e o estudo das mesmas não pode se dar apenas pelas suas considerações e manifestações verbais. A racionalidade estruturalista nos induz a perceber a comunicação de maneira simplista, porém a lógica das relações internas das tribos urbanas se encontram também nas sutilezas não-verbais e em situações “silenciosas” que acontecem no cotidiano dos jovens que integram esses grupos.

Quando se fala em grupos de aspiração, nota-se que o processo é projetivo. Especificamente no caso de jovens, por mais que se fale em individualidade autêntica e em ausência de influências externas no próprio modo de pensar e agir, o desejo de pertencer a determinados grupos sociais é intrínseco. O que se busca é certo reconhecimento junto àqueles núcleos associativos que admiram, é pertencer, integrar, fazer parte de um mesmo grupamento para compartilhar experiências, tornar públicos os pensamentos individuais que já são minimamente alinhados com os valores do grupo.

Primeiramente se desenvolve o processo que visa à aceitação social. Nesse processo é aceita a influência de outra ou outras pessoas com a finalidade de se integrar e obter aceitação de algum grupo importante para o indivíduo. Em um segundo momento, há um processo de identificação através do qual o indivíduo adota opiniões e atitudes de outra pessoa ou grupo-referência porque esta identificação é gratificante em termos de auto-imagem. Por último, a mudança de atitude se processa por uma internalização da nova atitude, que passa a ser

acomodada ao sistema de valores do indivíduo, sem que para tanto tenha que haver pressão externa ou ponto de referência (GADE, 1980).

Basicamente cinco elementos compõem o arcabouço simbólico das tribos juvenis nas cidades: 1) a ideologia, 2) as manifestações artísticas, 3) as formas de interação, 4) a estética, de tendência convergente, e 5) a atitude comportamental condizente com o grupo de referência.

Se argumentamos que os grupamentos urbanos podem ser um indício de uma valorização da afetividade na esfera das relações sociais, não podemos deixar de expor que as tribos também podem erigir comportamentos que podem ser considerados nocivos e preconceituosos às pessoas que não estão integradas ao mesmo grupo que determinado jovem pertence. Assim como as tribos são a expressão de união e integração, elas podem também ser a fonte do racismo e do preconceito. Existe uma tendência em diminuir o diferente para afirmar o igual. Essa busca do “valorizar os indivíduos que pensam como eu”, frequentemente está associada ao “diminuir aquele que pensa diferente”. No entanto, independentemente da natureza, associativa ou dissonante, o ponto central gira em torno do alinhamento entre os comportamentos tribais e o modo como o indivíduo se concebe enquanto ser social.

O consumo desencadeado pela identificação com um grupo de referência tem origem no campo do simbólico, da atribuição de significância a determinados produtos pela própria tribo ou grupamento urbano. É, de certa maneira, uma manifestação estética e física dos valores e da ideologia da tribo. Os portadores estão vinculados entre si pois todos possuem um elo de identificação ideológica materializado nos diferentes tipos de produtos que consomem para caracterizar seu estilo.

O processo de constituição e identificação de um indivíduo enquanto membro de núcleos sociais implica na aceitação de condutas e posturas em comum, de ideologias compartilhadas e, evidentemente, de alguns estereótipos para que o indivíduo possa “encontrar seu papel social e agir de acordo com esse papel” (GADE, 1980, p. 36). A partir do momento em que o jovem se identifica com a ideologia de uma determinada tribo, é despertado o desejo de pensar, de se vestir e agir em consonância com as peculiaridades do grupo. Isso fomenta e fortifica a relação que se estabelece entre o indivíduo que se classifica como headbanger, clubber, punk ou gótico e o seu respectivo grupamento urbano.

Nesse sentido, como criticar abertamente todas as faces dos estereótipos? Por certo que essa denominação superficializa e, por vezes, distorce as possibilidades de uma visão mais aprofundada. No entanto, em um primeiro momento, é o estereótipo quem auxilia na própria identificação do indivíduo com o grupo e, a posteriori, se torna essencial para a

manutenção dos elementos de coesão e sincronia da tribo. Não raro, é o estereótipo quem torna possível o reconhecimento de um grunge perante a sociedade em geral, perante outras tribos e mesmo perante outros grunges. A noção de tribo não crucifica a repetição.

Em termos de consumo, o sentimento de pertença a um grupamento urbano pode desencadear um comportamento quase mímico de compra de forma a reforçar os padrões estéticos de identificação. Por exemplo, os punks são comumente caracterizados pelo uso de coturnos, piercings e pelos cortes de cabelo diferenciados, enquanto os clubbers preferem vestir roupas coloridas e usar apetrechos fluorescentes. Grupamentos urbanos de rappers costumam se vestir com roupas largas, bonés e correntes; já grupamentos de góticos se distinguem pelas roupas pretas, maquiagem e sobretudo. Mesmo sendo um reforço aos estereótipos vigentes, a vestimenta torna-se parte da ritualística necessária à manutenção simbólica da tribo, pois reforça o sentimento de pertença ao grupo e confirma, perante a sociedade, a sua existência.

FANZINES E REVISTAS

As noções de cultura popular e cultura local parecem não dar conta de todas as nuances da produção de bens culturais no Brasil, sobretudo no complexo ambiente das grandes cidades. Apesar do desenvolvimento dos meios de comunicação ter reduzido espaços, tempo e custos de circulação de mensagens, as formas mais tradicionais de interação social se mantém perfeitamente ativas em coexistência com as mais modernas. Trata-se de uma complexa rede de comunicação formada por meios simultaneamente concorrentes e complementares entre si, dentro da qual os indivíduos e grupos sociais interagem – produzindo, reproduzindo, interpretando e ressignificando mensagens e informações de acordo com suas vivências no meio urbano. Como afirma Thompson (1998, p. 19), “(...) de uma forma profunda e irreversível, o desenvolvimento da mídia transformou a natureza da produção e do intercâmbio simbólico no mundo moderno”.

A comunicação massiva, porém, parece adquirir importância secundária ou, no mínimo, complementar no interior dos grupamentos urbanos de São Paulo, que promovem sua expressão através de meios alternativos, como cartazes, manifestos, fanzines, revistas especializadas e gravadoras independentes. Essas práticas são herdeiras das primeiras formas de comunicação desenvolvidas para manter os membros das tribos juvenis unidos sob uma mesma identidade e ao mesmo tempo informados sobre as mudanças nos campos estético, ideológico, comportamental e mercadológico ligados à tribo. Foram iniciadas na década de

1950 com os beatnicks e posteriormente desenvolvidas pelos movimentos hippie, punk, hard rock e por diversos outros ao longo da segunda metade do século XX.

A conversão de um fanzine em revista, com periodicidade definida e qualidade gráfica superior, geralmente ocorre quando há aumento na demanda por informações e/ou interesses mercadológicos em jogo. A relação que se estabelece entre os leitores e suas revistas é a de proximidade. Cada título de revista especializada, seja em rap, rock, ou música eletrônica, é único, pois apresenta características próprias quanto à segmentação, estética e linguagem. De maneira geral, essas características são transpostas a partir dos grupos de referência juvenis e/ou inspiradas nas suas preferências e subgêneros musicais. Além de serem meios autênticos de expressão, as revistas especializadas traduzem credibilidade ao público leitor pois possuem membros da tribo representando-a em seu corpo de editores e redatores. Diversos fanzines distribuídos em São Paulo, publicações alternativas genuínas das manifestações locais das tribos, passaram por esse processo e se transformaram em revistas, como é o caso da Rock Brigade e da Roadie Crew, ambas direcionadas aos grupamentos urbanos de roqueiros headbangers.

As revistas especializadas desempenham até hoje fundamental importância para as tribos que representam, pois por meio delas é possível manter contato com a ideologia, a estética, as novidades e com os anúncios de bens materiais e culturais específicos. Janotti Jr. (2003a) ressalta a importância de meios de comunicação segmentada para a interação entre os membros das comunidades de sentido:

(...) 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.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Acreditamos que uma ressalva deva ser acrescentada ao presente estudo. De maneira nenhuma negamos a existência da individualidade na sociedade contemporânea. Ela existe e faz parte da sociedade. Porém acreditamos que a análise dessa individualidade relacionada com seu oposto cada vez mais evidente é um caminho valioso para que se entenda a “nova ordem” da sociedade atual. Misturamos propositalmente os termos, pós-modernidade, modernidade e contemporaneidade, pois acreditamos que esses termos são apenas expressões

que visam compreender as mudanças do mundo em que estamos vivendo. Deixamos a discussão estrita dos termos àqueles que são afeitos aos debates acerca deste assunto. O que elaboramos aqui é uma reflexão sobre o surgimento das tribos urbanas no espaço da cidade, perpassando por consumo e representações.

Mas apesar de a tribo exercer marcante influência sobre a formação ideológica, a conduta, o vestuário e o consumo de bens materiais e simbólicos, vale lembrar que não há indivíduos que pertençam a um único grupo social. Em maior ou menos grau, os grupamentos urbanos provocam mudanças em seus integrantes de diversas maneiras, mas elas não são cristalizadas no tempo e não acompanham necessariamente o indivíduo até seus outros círculos sociais. Na atualidade, é permitido aos jovens representarem inúmeros papéis nas diversas tribos das quais fazem parte.

Apesar do auto-estereótipo que muitos jovens se atribuem, devemos analisar as tribos também como um produto dos seus espaços de confraternização. Isso se torna complexo quando pensamos nos meios de interação on-line, pois em tais circunstâncias as comunidades de sentido não obedecem à territorialidade. Os encontros via internet possibilitam que os grupamentos se comuniquem em um ambiente desprovido de um espaço físico, abrindo espaço para a expressão em comunidades virtuais, blogs e sites de relacionamentos. Os diálogos tribais no espaço desterritorial da internet, apesar de comporem inegavelmente um objeto de estudo relevante, serão reservados para estudos posteriores mais aprofundados, sendo sua menção suficiente no presente artigo.

No ramo profissional também podemos perceber essa dinamização de relações através do contato diferenciado que um determinado indivíduo tem com os diversos escalões que compõe sua empresa. A diversidade de relações alcançou um patamar tão importante que não podemos esboçar nenhuma análise social sem lhe dar o devido valor. O pertencimento a uma determinada tribo não pode ser entendido jamais como uma definição arquetípica de caráter. A sociedade política e o senso comum em geral tendem a generalizar os grupamentos urbanos em reportagens tendenciosas que caracterizam os jovens como “rebeldes sem causa”, porém esta mesma sociedade não consegue enxergar a si mesma e a toda a hipocrisia que está inserida no contexto da tradição, família e ordem político-social. Muitos educadores ainda insistem que jovens que se entregam a delinquência não têm base (o que pode ser lido como “sem família”), porém essa análise simplória, se rebuscada com verbosidade acadêmica e um apurado senso de retórica, pode parecer uma “grande descoberta” ou uma “crítica à ausência de valores da juventude”. Na verdade posturas como essas muitas vezes vêm a endossar posições ortodoxas que minam em grande parte possibilidades de reflexão das mudanças

ocorridas na dinâmica da própria sociedade. O surgimento das comunidades de sentido e a assimilação de muitos grupos a formas tribais de relacionamento designam a saturação dos grandes sistemas e das teorias globais. Nossa desilusão com os rumos do capitalismo contemporâneo não pode ocultar as novas formas de interação social que estão nascendo e se modificando diariamente nos centros urbanos do país.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BLASS, Leila Maria da Silva. Desfile e tribos urbanas: a diversidade no efêmero. In: PAIS, José Machado; _____ (Orgs.). **Tribos urbanas: produção artística e identidades**. São Paulo: Annablume, 2004.
- BRANDINI, Valéria. **Cenários do rock: mercado, produção e tendências no Brasil**. São Paulo: Olho d'Água / FAPESP, 2004.
- CANCLINI, Nestor García. **Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade**. Tradução de Ana Regina Lessa e Heloísa Pezza Cintrão. 2ª ed. São Paulo: EDUSP, 1998.
- ERIKSON, Erik H. **Identidade, juventude e crise**. Tradução de Álvaro Cabral. Rio de Janeiro: Guanabara, 1987.
- FRIEDLANDER, Paul. **Rock and roll: uma história social**. Tradução de A. Costa. 3ª ed. Rio de Janeiro: Record, 2004.
- GADE, Christiane. **Psicologia do consumidor**. São Paulo: EPU, 1980.
- GUMES, Nadja Vladi Cardoso. Música – marcas sonoras juvenis. In: **XXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Porto Alegre: Intercom, 2004. Disponível em: <<http://repositorio.comport.com.br/bitstream/1904/18071/1/R1953-1.pdf>>. Acesso em: 02 abr. 2006.
- JANOTTI JR, Jeder Silveira. **Da lama ao caos, do caos à lama: algumas propostas para a análise das comunidades e grupamentos contemporâneos**. In: Revista 404nOtF0und – publicação do Ciberpesquisa. Salvador: UFBA. v. 01, n. 25, 2003a. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/404nOtF0und/404_25.htm>. Acesso em: 12 set. 2008.
- _____. **Mídia, cultura juvenil e rock and roll: comunidades, tribos e grupamentos urbanos**. In: Anais do XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Belo Horizonte: Intercom, 2003b. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/congresso2003/pdf/2003_NP13_janotti.pdf>. Acesso em: 13 set. 2008.
- KOTLER, Philip. **Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle**. Tradução de Ailton Bomfim Brandão. 4ª ed. São Paulo: Atlas, 1993.
- MAFFESOLI, Michel. **O tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massas**. Tradução de Maria de Lourdes Menezes. 4ª ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2006.
- PRÖGLHÖF JR. Franz E. P. **Inter(dis) cursos do rock na propaganda: reflexões sobre o papel da comunicação especializada na formação social da tribo heavy metal**. In: X Colóquio Internacional sobre a Escola Latino-Americana de Comunicação, São Bernardo do Campo, UESP, 2006.
- THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. Tradução de Wagner de Oliveira Brandão. 6ª ed. Petrópolis-RJ: Vozes, 1998.

ZALUAR, Alba. Gangues, galeras e quadrilhas: globalização, juventude e violência. In: VIANNA, Hermano (Org.). **Galeras cariocas**: territórios de conflitos e encontros culturais. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.