

Publicidad y Buen Vivir



EDITOR

Francisco SIERRA CABALLERO

COORDINADOR EDITORIAL

Gabriel GIANNONE

SECRETARIA DE REDACCIÓN

Rosa ARMAS

CONSEJO DE REDACCIÓN

Amparo CADAVID

UNIMINUTO, Colombia

Fernando CASADO

Instituto de Altos Estudios Nacionales, Ecuador

Ana María DURÁN

Universidad del Azuay, Ecuador

Pablo Andrés ESCANDÓN MONTENEGRO

Medialab Quito-CIESPAL, Ecuador

Eduardo GUTIÉRREZ

Pontificia Universidad Javeriana de Colombia

Eliana del Rosario HERRERA HUÉRFANO

UNIMINUTO, Colombia

Octavio ISLAS

Universidad de los Hemisferios, Ecuador

Daniel Fernando LÓPEZ JIMÉNEZ

Universidad de los Hemisferios, Ecuador

Efendy MALDONADO

UNISINOS, Brasil

Claudio Andrés MALDONADO RIVERA

Universidad Católica de Temuco, Chile

José Rafael MORÁN

CIESPAL, Ecuador

Francisco Javier MORENO

CIESPAL, Ecuador

Fernando ORTIZ

Universidad de Cuenca, Ecuador

María PESSINA

CIESPAL, Ecuador

Abel SUING,

Universidad Técnica Particular de Loja, Ecuador

Nancy Graciela ULLOA ERAZO

Pontificia Universidad Católica del Ecuador (Sede Ibarra)

Rosa VALLEJO CASTRO

CIESPAL, Ecuador

Jair VEGA

Universidad del Norte, Colombia

José VILLAMARÍN CARRASCAL
Universidad Central del Ecuador

Jenny YAGUACHE,
Universidad Técnica Particular de Loja, Ecuador

EDITORES ASOCIADOS

Norteamérica

Jesús GALINDO
Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, México

Centroamérica

Hilda SALADRIGAS,
Universidad de La Habana, Cuba

Área Andina

Karina HERRERA MILLER,
Universidad Mayor de San Andrés, Bolivia

Cono Sur

Lorena Mónica ANTEZANA BARRIOS
Universidad de Chile

Brasil

Denis PORTO RENÓ,
Universidade Estadual Paulista, Brasil

CONSEJO CIENTÍFICO INTERNACIONAL

Rosa María ALFARO
CALANDRIA, Perú

Luis Ramiro BELTRÁN (+)

Enrique BUSTAMANTE
Universidad Complutense de Madrid, España

Mauro CERBINO
FLACSO, Ecuador

Eliseo COLÓN
Universidad de Puerto Rico

Miquel DE MORAGAS
Universidad Autónoma de Barcelona, España

José Manuel DE PABLOS
Universidad de La Laguna, España

Carlos DEL VALLE ROJAS,
Universidad de La Frontera, Chile

Juan DÍAZ BORDENAVE, (+)

Heidi FIGUEROA SARRIERA
Universidad de Puerto Rico

Raúl FUENTES
ITESO, México

Valerio FUENZALIDA

Pontificia Universidad Católica de Chile

Raúl GARCÉS

Universidad de La Habana, Cuba

Juan GARGUREVICH

Pontificia Universidad Católica del Perú

Bruce GIRARD

Comunica.org

Alfonso GUMUCIO

Universidad Mayor de San Andrés, Bolivia

Antonio HOHLFELDT

PUCRS. Porto Alegre, Brasil

Gabriel KAPLÚN

Universidad de la República, Uruguay

Margarida María KROHLING KUNSCH

USP. Brasil

Margarita LEDO ANDIÓN

USC. España

José Carlos LOZANO RENDÓN

Universidad Internacional de Texas A&M. EE.UU.

José MARQUES DE MELO

Universidade Metodista de São Paulo, Brasil

Amparo María MARROQUÍN PARDUCCI

Universidad Centroamericana, El Salvador

Jesús MARTÍN-BARBERO

Universidad Nacional de Colombia

Guillermo MASTRINI

Universidad Nacional de Quilmes, Argentina

María Cristina MATA

Universidad Nacional de Córdoba, Argentina

Armand MATTELART

Université Paris 8, Francia

Toby MILLER

Cardiff University, Reino Unido

Walter NEIRA

Universidad de Lima, Perú

Neyla PARDO

Universidad Nacional de Colombia

Antonio PASQUALI

Universidad Central de Venezuela

Cicilia KROHLING PERUZZO

Universidade Metodista de São Paulo, Brasil

María Teresa QUIROZ

Universidad de Lima, Perú

Isabel RAMOS

FLACSO, Ecuador

Rossana REGUILLO

ITESO, Universidad Jesuita de Guadalajara, México

Germán REY

Pontificia Universidad Javeriana, Colombia

Hernán REYES

Universidad Andina Simón Bolívar, Ecuador

Omar RINCÓN

CEPER - Universidad de Los Andes, Colombia

Hilda SALADRIGAS

Universidad de La Habana, Cuba

Francisco SIERRA

USE, España

César Ricardo SIQUEIRA BOLAÑO

Universidade Federal de Sergipe, Brasil

Muniz SODRÉ

Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil

Guillermo SUNKEL

CEPAL - Naciones Unidas, Chile

Erick TORRICO

Universidad Andina Simón Bolívar, Bolivia

Gaëtan TREMBLAY

Université du Québec, Canadá

CHASQUI, Revista Latinoamericana de Comunicación es una publicación académica pionera en el escenario de debate del campo comunicológico latinoamericano. Ha sido creada en el año 1972 y, desde entonces, es editada por CIESPAL, con sede en Quito, Ecuador.

Se publica de forma cuatrimestral, tanto en formato impreso como digital. Su modalidad expositiva es el artículo o ensayo científico. Los textos se inscriben en una perspectiva de investigación y están elaborados en base a una rigurosidad académica, crítica y de propuesta teórica sólida.

Para la selección de sus artículos Chasqui realiza un arbitraje por medio de pares académicos bajo el sistema doble ciego, por el que se garantiza el anonimato de autores y evaluadores. Para llevar adelante el proceso contamos con una extensa nómina de especialistas en diversas áreas de la comunicación y las ciencias sociales.

Chasqui se encuentra indexada en las siguientes bases de datos y catálogos:



CIESPAL

Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina

Av. Diego de Almagro N32-133 y Andrade Marín • Quito, Ecuador

Teléfonos: (593 2) 254 8011/ Ext. 231

www.ciespal.org

www.revistachasqui.org

chasqui@ciespal.org

ISSN: 1390-1079

e-ISSN: 1390-924X

Coordinadores Monográfico Chasqui 134

Antonio Caro Almela y Marta Pacheco Rueda

Suscripciones: isanchez@ciespal.org

Diseño editorial

André Maya Monteiro

Corrección de textos

Noemí Mitter, Rosimeire Barboza Da Silva

Maquetación

Arturo Castañeda Vera

Las ilustraciones utilizadas en este número se basan en construcciones de la cultura Maya, presentes en Palenque, Chichén Itzá y Labná.

Los textos publicados son de exclusiva responsabilidad de sus autores.



Reconocimiento-SinObraDerivada

CC BY-ND

Esta licencia permite la redistribución, comercial y no comercial, siempre y cuando la obra no se modifique y se transmita en su totalidad, reconociendo su autoría.

9 EDITORIAL

9 Publicidad, Tiempo y Vida

Francisco SIERRA CABALLERO

21 TRIBUNA

23 La Unesco, la comunicación y el neoliberalismo

Fernando QUIRÓS

33 MONOGRÁFICO. Publicidad y Buen Vivir

35 Introducción: De la abstracción a la praxis, de las buenas palabras a los hechos

Antonio CARO y Marta PACHECO

43 El Buen Vivir, entre las tácticas del consumo y las cosmogonías ancestrales

Vanina PAPALINI

61 Marca País: una mirada crítica para América Latina inspirada en la filosofía del Buen Vivir

Agrivalca Ramsenia CANELÓN SILVA

85 Promoción del hiperconsumo textil transnacional: la moda y el exceso como leitmotiv

Arturo LUQUE GONZÁLEZ

107 Comunicación de la Identidad Cooperativa centrada en la Responsabilidad Social. Más allá de la publicidad comercial

Clara Inés GARCÍA VILLAMIZAR

127 Publicidad, necesidades y decrecimiento. Hacia una comunicación publicitaria menos comercial

Javier GARCÍA LÓPEZ

143 El publicista social en la convergencia del Buen Vivir y los ODS

Catalina GONZÁLEZ-CABRERA

161 Trabajo doméstico y Buen Vivir: un desafío para las narrativas publicitarias

Mariângela CAMUSSO

181 Representações do feminino na publicidade: estereótipos, rupturas e deslizes

Milena Freire OLIVEIRA-CRUZ

201 Publicidad y cuestiones morales: provocaciones con jóvenes en el sur de Brasil

Mariângela MACHADO TOALDO y Maria ATAIDE MALCHER

- 221 **Algunos interrogantes sobre la relación entre publicidad, consumo y Buen Vivir**
Manuel CANGA SOSA

237 ENSAYO

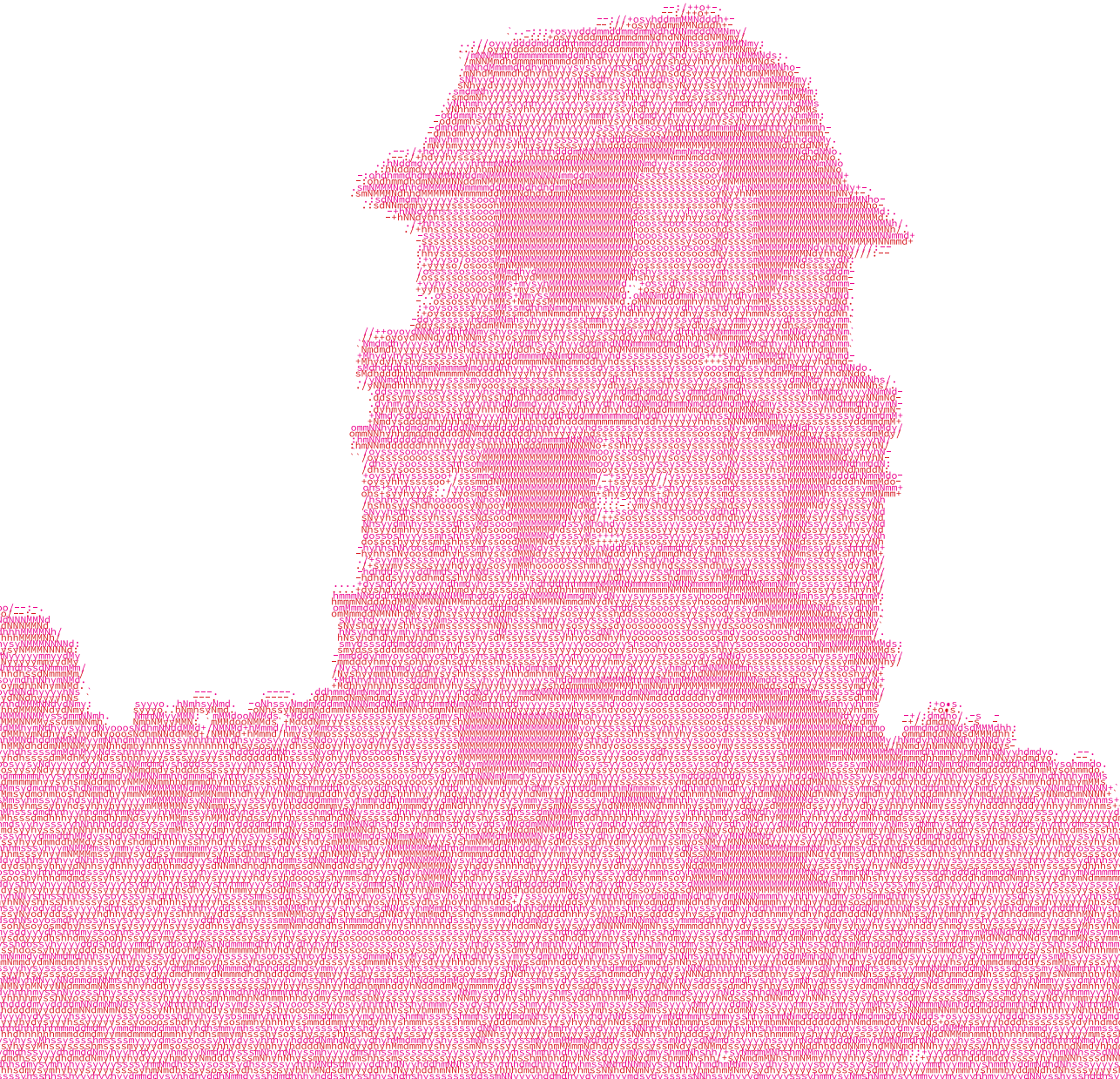
- 239 **Quadrinhos de aventuras no Brasil e na Argentina: quando o extraordinário se torna cotidiano**
Roberto ELÍSIO DOS SANTOS y Laura VÁZQUEZ
- 263 **Videoactivismo y apropiación de las tecnologías. El caso de 15m.cc**
David MONTERO Y Francisco SIERRA CABALLERO
- 277 **O Anjo da Noite, horror gótico e tensões sociais brasileiras na década de 1970**
Laura LOGUERCIO CÁNEPA
- 299 **Discursos das pesquisas sobre empreendedorismo e empreendedorismo social na mídia digital: análise crítica**
Vander CASAQUI
- 315 **Tres casos de empresas internacionales con éxito: estudio de las estrategias de comunicación interna**
Beatriz PEÑA ACUÑA, David CALDEVILLA DOMÍNGUEZ y Pablo BATALLA NAVARRO

331 INFORME

- 333 **O Circuito Fora do Eixo e as tensões no campo da produção cultural no cenário alternativo brasileiro**
André AZEVEDO DA FONSECA
- 357 **O Mercosul na produção acadêmica brasileira de comunicação social: desafios e perspectivas**
Monica NUBIATO MATOS
- 373 **¿Hacia una política digital para el cine del Mercosur? Nuevas orientaciones en la agenda regional**
Marina MOGUILLANSKY y María Florencia POGGI
- 391 **Niveles de acceso a Internet de los estudiantes del bachillerato en Ecuador**
Damian Marilú MENDOZA ZAMBRANO, Ramón TIRADO MORUETA e Isidro MARÍN GUTIERREZ
- 411 **Percepciones de las familias inmigrantes latinoamericanas en España sobre el espacio educativo: giro dialógico-decolonial**
Bianca Fiorella SERRANO MANZANO y Agustín DE LA HERRÁN

429 RESEÑAS

Informe



O Circuito Fora do Eixo e as tensões no campo da produção cultural no cenário alternativo brasileiro

*Circuito Fora do Eixo and the tensions in cultural production's field
in Brazilian alternative scenario*

*El Circuito Fora do Eixo y las tensiones en el campo de la producción
cultural en el escenario alternativo brasileño*

André AZEVEDO DA FONSECA

Universidade Estadual de Londrina, Brasil / andre.azevedo@uel.br

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación
N.º 134, abril - julio 2017 (Sección Informe, pp. 333-356)
ISSN 1390-1079 / e-ISSN 1390-924X
Ecuador: CIESPAL
Recibido: 02-06-2016 / Aprobado: 19-09-2016

Resumo

O Circuito Fora do Eixo é uma rede de coletivos de ativistas e produtores culturais que propõe alternativas para a circulação de artistas independentes pelo país. Considerando as controvérsias públicas em torno dos métodos do Fora do Eixo, a pesquisa analisa as tensões no cenário cultural alternativo provocadas pela atuação da rede. Para isso, sob a perspectiva da História Cultural e da Comunicação, realizamos uma análise documental de um conjunto de dados obtidos com pesquisa bibliográfica, entrevistas abertas e observação participante. Nossa hipótese é que a ênfase na autopromoção, a espetacularização de seu protagonismo e a informalidade nas relações de trabalho regidas por alianças e disputas políticas são as principais fontes de controvérsias em um mercado alternativo em busca de profissionalização.

Palavras-chave: produção cultural; ativismo cultural; imaginação social.

Abstract

The “Circuito Fora do Eixo” is a network of movements of activists and cultural producers that proposes alternatives for the circulation of independent artists across the country. Considering the public controversy around Fora do Eixo’s method, the research analyzes tensions in alternative cultural scene caused by the network performance. Therefore, from the perspective of Cultural History and Communication, the research conducted a documental analysis from a data set obtained with bibliographic research, open interviews and participant observation. The hypothesis is that the emphasis on self-promotion, spectacularization of its prominence and informality in labor relations ruled by alliances and political disputes are the main sources of controversies in an alternative market bound to professionalization.

Keywords: cultural production; cultural activism; social imaginary.

Resumen

El Circuito Fora do Eixo es una red de colectivos de activistas y productores culturales que propone alternativas para la circulación de artistas independientes por el país. Teniendo en cuenta las controversias públicas en torno de los métodos de Fora do Eixo, la investigación analiza las tensiones en la escena cultural alternativa causada por la actuación de la red. Para esto, desde la perspectiva de la Historia Cultural y de la Comunicación, se realizó un análisis documental de un conjunto de datos a través de investigación bibliográfica, entrevistas abiertas y observación participante. Nuestra hipótesis es que el énfasis en la auto-promoción, la espectacularización de su protagonismo y la informalidad en las relaciones laborales regidas por las alianzas y disputas políticas son las principales fuentes de conflicto en un mercado alternativo en busca de profesionalización.

Palabras clave: producción cultural; activismo cultural; imaginario social.

1. Introdução

O Circuito Fora do Eixo (FdE) se define como uma rede integrada de coletivos espalhados pelo Brasil “que gostam de produzir eventos culturais, debater comunicação colaborativa, pensar sustentabilidade, pensar políticas públicas da cultura...” (Casa Fora do Eixo, 2013). O embrião da rede foi gestado no Espaço Cubo, um coletivo de produtores culturais criado em 2002 na cidade de Cuiabá (MT) liderado por Lenissa Lenza e Pablo Capilé. Inspirados pelo contexto de ativismo político juvenil do início do século, mas desiludidos com os sectarismos ideológicos e as rotinas burocráticas do movimento estudantil, esse grupo de estudantes de Publicidade deixou a militância na universidade para produzir eventos musicais, realizar oficinas na área da comunicação em escolas e estimular o debate político entre agentes culturais em espaços independentes.

A iniciativa que deflagrou a criação da rede foi uma parceria entre um conjunto de coletivos distintos, localizados nas cidades de Cuiabá (MT), Rio Branco (AC), Uberlândia (MG) e Londrina (PR), que pactuaram em torno de uma série de métodos para intensificar a circulação de bandas e de produtores culturais entre essas cidades. Inicialmente, com o objetivo de estabelecer um intercâmbio físico entre localidades tão distantes, os idealizadores experimentaram alternativas de gestão inspiradas em uma interpretação livre de alguns princípios da economia solidária. Deste modo, sem seguir à risca a burocracia democrática de uma empresa cooperativa, tal como define Singer (2002), mas exercitando a prática de apoiar uns aos outros na base da confiança mútua, os produtores passaram a relacionar o termo “economia solidária” ao tradicional espírito de colaboração entre bandas e produtores no precário cenário do rock alternativo no país. Essa aliança foi provocada, acima de tudo, pela necessidade concreta desses jovens que, a despeito da falta de recursos para promover eventos profissionais, queriam fazer o que fosse possível.

Toda essa disposição encontrou um contexto histórico e político muito favorável. O início dos anos 2000 foi um período marcado pela ampla disseminação da Internet na sociedade brasileira e pela conseqüente ascensão de um grande entusiasmo com as potencialidades das novas tecnologias. Conceitos como “vida digital” (Negroponte, 1995) e “inteligência coletiva” (Levy, 1998) haviam se popularizado na academia e logo passaram a ser amplamente empregados na imprensa da época –mesmo por aqueles que não haviam estudado os autores. Na prática, aqueles jovens integravam a primeira geração de profissionais que já começavam a carreira utilizando a Internet sistematicamente no trabalho. Foi natural, portanto, que eles aprendessem a utilizar com desenvoltura as mais diversas ferramentas, como blogs, chats, listas de e-mail e, posteriormente, redes sociais para promover suas ações.

Além disso, o gradual incremento da velocidade de conexão, associado ao desenvolvimento de tecnologias de compressão de arquivos, favoreceu a proliferação de iniciativas que estimulavam a cultura de compartilhamento na rede.

Esse período firmou uma crise na indústria fonográfica e estimulou a interpretação de que a Internet estava se consolidando como um campo favorável para as lutas contra-hegemônicas, expressas sobretudo na postura de enfrentamento, real ou imaginário, da cultura digital contra as corporações de mídia. Essa disposição coincidiu com a disseminação da chamada *cultura hacker* entre uma nova geração de ativistas que, apesar de não atuarem necessariamente com programação, foram influenciados pelas redes de colaboração, pelo trabalho criativo motivado pela satisfação pessoal em compartilhar a própria criação, e pelo consequente princípio de acesso livre às informações e inovações desenvolvidas pela comunidade (Castells, 2001).

Por fim, a visibilidade de festivais como o Abril Pró Rock e de movimentos artísticos como o Mangue Beat, em Pernambuco, além de diversos selos independentes, blogs e web rádios que proliferavam no cenário independente inspiraram a noção de que havia uma verdadeira potência cultural prestes a emergir das localidades fora do eixo Rio-São Paulo.

Nos últimos anos, a atuação da rede Fora do Eixo, surgida nesse contexto, tem sido reconhecida pelas práticas alternativas de gestão cultural, mas também pelas inúmeras controvérsias em torno de seus métodos –seja no campo da circulação cultural, seja no ativismo político (Savazoni, 2014). Considerando a escassez de dados e os desafios metodológicos enfrentados por pesquisadores da indústria de música no contexto brasileiro contemporâneo, tal como aponta Herschmann (2013), o objetivo desta pesquisa é analisar as tensões entre agentes culturais atuantes no cenário alternativo brasileiro, provocadas pela atuação da rede de coletivos. A partir das perspectivas dos campos da Comunicação e da História Cultural, a pesquisa se interessou pela análise das práticas e representações, assim como das disputas simbólicas travadas entre os grupos antagônicos através de blogs e redes sociais a fim de instituir determinada versão dos acontecimentos.

2. Marco teórico

Pela sua própria natureza transdisciplinar, as pesquisas no campo da imaginação social são marcadas por uma diversidade de abordagens e tendências metodológicas. Para esta pesquisa, incorporamos a perspectiva de Baczko (1985), que a define como um dos aspectos de um vasto sistema simbólico que as comunidades produzem para se definir, se distinguir e formular a sua própria identidade. Por meio da imaginação social, uma comunidade “elabora uma certa representação de si; estabelece a distribuição dos papéis e das posições sociais; exprime e impõe crenças comuns” (Baczko, 1985, p. 309) e, constrói códigos de comportamentos ideais a partir da instalação de modelos formadores, como o chefe, o guerreiro impetuoso e o súdito exemplar, por exemplo.

Tendo em vista que as operações que a imaginação social desenvolve na formulação da identidade coletiva inclui necessariamente o trabalho de criação das imagens dos amigos e inimigos, dos aliados e dos adversários, a análise das lutas no campo simbólico na História Cultural e na Comunicação costuma revelar uma prática eminentemente instrumental e utilitária dos imaginários. Não é difícil observar, por exemplo, o empenho dos agentes concorrentes para, por um lado, construir uma imagem desvalorizada do adversário e, por outro lado, exaltar, por meio de representações grandiloquentes, a autoimagem e as causas defendidas –para as quais, por meio de um discurso ideológico, desejam conquistar o maior número de adesões. O problema da legitimação encontra-se no centro das lutas no campo da imaginação social: “[O]o imaginário social é, pois, uma peça efetiva e eficaz do dispositivo de controle da vida coletiva e, em especial, do exercício da autoridade e do poder” (Baczko, 1985, p. 310).

Deste modo, é importante perceber que, no empenho por conferir legitimidade às próprias práticas, os eventos concretos valem tanto quanto o imaginário formulado a partir dessas circunstâncias. Ou seja, os acontecimentos, por um lado, e as representações, por outro, têm peso semelhante na constituição da imaginação social. Considerando que as imagens e versões espetacularizadas frequentemente superam o impacto dos próprios fatos na formulação de uma percepção pública, compreendemos o empenho dos agentes em empregar com voracidade os meios de comunicação para propagar as suas versões. Consequentemente, o desenvolvimento das tecnologias de comunicação a partir do século XX favoreceu a manipulação cada vez mais especializada: por isso, para Baczko (1985), a partir desse momento a história do controle sobre a imaginação social começa a confundir-se com a história da propaganda.

No que diz respeito às dinâmicas internas, a imaginação social fabula um verdadeiro sistema de orientações afetivas e expressivas constituída por estereótipos a respeito da imagem do indivíduo diante o seu grupo e também do próprio grupo em relação ao contexto social em que está inserido –incluindo aí a relação com os “outros”. Para Baczko (1985, p. 311): “A potência unificadora dos imaginários sociais é assegurada pela fusão entre verdade e normatividade, informações e valores, que se opera no e por meio do simbolismo”. Isso quer dizer que, como esquema de interpretação, mas também como estratégia de valorização, a imaginação social estimula a aceitação de um sistema de crenças e interfere decisivamente na interiorização desses valores, influenciando comportamentos, mobilizando energias e motivando os sujeitos à ação.

Berger e Luckmann (1978) demonstraram que a criação de um grupo exige um empenho de legitimação que envolve dinâmicas de atribuição de sentido tanto à identidade dos membros quanto aos que devem ser interpretados como aqueles que estão de fora. Os antagonistas devem ser sistematicamente impedidos de entrar, naturalmente, mas precisam, ao mesmo tempo, se convencer da legitimidade do impedimento. Isso é realizado através de um conjunto de procedimentos que inclui propaganda, mistificação e disputa de símbolos, ou mesmo,

em última instância, intimidação. Por outro lado, os membros ativos devem ser convencidos a não só permanecer no grupo, mas a celebrá-lo recorrentemente: “[I]sso exige a criação de procedimentos práticos e teóricos pelos quais é possível reprimir a tentativa de escapar do sub-universo” (Berger e Luckmann, 1978, p. 121).

No campo da História Cultural, Chartier (1985) demonstra que, por meio das representações sociais, os sujeitos buscam legitimar suas escolhas, justificar os seus projetos e nortear as suas condutas. Nesse processo, os agentes atuam para firmar modelos ideais de conduta, atribuir valor a si mesmo e conquistar legitimidade: “[A]s lutas de representações têm tanta importância como as lutas econômicas para compreender os mecanismos pelos quais um grupo impõe, ou tenta impor, a sua concepção do mundo social, os valores que são os seus, e o seu domínio” (Chartier, 1985, p. 17).

Ainda que não se trate de uma pesquisa de história política tradicional, consideramos nesta investigação a perspectiva de Mergel (2003, p. 40) que, ao desenvolver o conceito de história cultural da política, demonstrou que esta modalidade busca, em princípio, os mesmos temas da história política tradicional, mas se especifica ao focar os conflitos de interesses como “fenômenos comunicativamente construídos e simbolicamente representados”. É por isso que, para Darnton (1986), quando a história cultural se propõe a estudar os procedimentos pelos quais os sujeitos concebem o mundo, organizam a realidade e representam seus papéis, a pesquisa inevitavelmente se vê influenciada pelos métodos da etnografia. Ainda que não se configure como uma investigação propriamente antropológica, o método da História Cultural também parte do princípio de que a fala individual está entrelaçada a uma linguagem geral: portanto, ainda que não sejam determinados, os membros de um grupo são condicionados a imaginar o mundo a partir de uma estrutura de pensamento fornecida pela própria comunidade. A responsabilidade do historiador cultural, portanto, é investigar e compreender o caráter grupal do pensamento individual.

3. Metodologia

Em termos metodológicos, este trabalho se define como uma pesquisa qualitativa (Duarte, 2002), interessada em compreender as redes de significado construídas a partir do ponto de vista dos sujeitos analisados. Os dados foram obtidos a partir do contexto comportamental da observação participante, empregando como triangulação a técnica da análise documental em um conjunto de textos, imagens e vídeos obtidos em reportagens, artigos, textos de opinião, comentários em sites e blogs de cultura alternativa, listas de e-mails do Fora do Eixo e publicações multimídia em redes sociais –considerando perfis pessoais, páginas e grupos no Facebook de coletivos em atividade, de ex-integrantes, de artistas e de agentes culturais, entre 2009 e 2014. A análise documental, além de

possibilitar a localização, identificação, organização e avaliação dos documentos, mostrou-se um expediente eficaz para contextualizar fatos e circunstâncias (Moreira citado por Duarte & Barros, 2005, p. 276).

No processo de crítica documental, partimos do princípio de que o documento é sempre um artefato forjado pelos grupos que o fabricaram. Por isso, quaisquer fontes primárias, tais como vídeos, fotografias e depoimentos orais ou escritos devem ser interpretadas como o resultado do esforço dos sujeitos para impor, voluntariamente ou não, certa imagem de si mesmos. Esse cuidado é particularmente importante no presente estudo, tendo em vista que o Fora do Eixo veicula na Internet uma quantidade monumental de conteúdo relacionado às suas atividades para criar, reforçar ou modificar a imaginação social construída em torno de suas ações. Do mesmo modo, antagonistas também se apropriam de imagens para forjar um imaginário contrário ao discurso da rede. Portanto, tomamos o cuidado metodológico de investigar as condições em que os documentos foram criados para considerar a intencionalidade dos agentes que o produziram: “[N]o limite, não existe um documento-verdade. Todo o documento é mentira. Cabe ao historiador não fazer o papel de ingênuo” (Le Goff, 1996, p. 548).

No trabalho de campo, realizamos entrevistas abertas com 30 membros ativos, ex-integrantes, artistas e um produtor cultural, além da observação participante em eventos¹ e em coletivos ligados ao Fora do Eixo em Uberaba, Uberlândia e São Paulo², entre 2009 e 2014; incluindo reuniões online por Skype e uma imersão presencial de sete dias nas mais diversas atividades formais e informais do Congresso Fora do Eixo, em São Paulo, de 1 a 7 de dezembro de 2011, acompanhando integrantes de diversas localidades e coletivos do Brasil no hotel onde se hospedavam, nos deslocamentos de ônibus, em reuniões, debates, palestras, almoços, confraternizações e atividades artísticas e culturais no Parque do Ibirapuera, em espaços na USP, na Casa Fora do Eixo São Paulo e na casa de shows Studio SP.

O papel de observador-como-participante –aquele que interage com a comunidade em ocasiões específicas– exigiu uma imersão lenta, gradual e paciente nas experiências vividas e no campo de atuação do Fora do Eixo. Tendo em vista a articulação dispersa dos membros, e considerando também a preocupação da rede em fomentar encontros *online* e *off-line* (ou seja, virtuais e presenciais) partimos do princípio de que o FdE não é apenas uma “comunidade virtual”, mas uma “comunidade de interesse” –definida como “grupo de pessoas que partilham algum fator em comum” (Angrosino, 2009, p. 43). Os trabalhos começaram em 2009, a partir dos primeiros contatos e parcerias com membros de um

1 Noite Fora do Eixo-MG (Uberaba-MG, 2010); Festival Novas Tendências (Uberaba-MG, 2010); Grito Rock Uberaba (2011), Semana do Audiovisual –Seda Uberlândia-MG (2011); Debate sobre políticas culturais (Uberaba, 2011), Festival Fora do Eixo SP (São Paulo, 2011)

2 A partir de 2011, a rede que se auto-afirmava fora do eixo Rio-São Paulo decidiu criar um coletivo na capital paulista para ampliar os contatos com os mais diversos agentes e conquistar mais visibilidade.

coletivo em Minas Gerais e diálogos com demais integrantes na Conferência Municipal de Cultura (Uberaba-MG, 2009), na Conferência Estadual de Cultura (Belo Horizonte-MG, 2010) e na Conferência Nacional de Cultura (Brasília, 2010), além de uma orientação de um Trabalho de Conclusão de Curso de Graduação (TCC no Brasil). Essa experiência favoreceu a introdução nos padrões de linguagem e de comportamento de membros de várias localidades no país.

A interação do pesquisador na comunidade do Fora do Eixo, seja como orientador de TCC, visitante nos coletivos ou como convidado para mediar debate, ministrar palestra ou apenas como observador presencial ou à distância (por meio de Skype ou redes sociais) e, enfim, como entrevistador, foi realizada de modo que todos tivessem consciência do papel de pesquisador acadêmico. Para minimizar os eventuais vieses, empregamos, ao lado da observação participante, a observação proxêmica e cinésica nos espaços de interação para considerar também os nuances, os não-ditos e os diálogos e relações informais, tendo em vista que os integrantes alteram seu comportamento e tendem a controlar as suas falas diante a presença do pesquisador.

De fato, nas primeiras anotações sobre as práticas, rotinas e interações dos membros enxergamos apenas a boa vontade, o idealismo, o entusiasmo, a vitalidade e os números impressionantes fornecidos pela própria rede –ou seja, a versão que eles empregam nas suas propagandas. Foram firmados vínculos afetivos, o pesquisador chegou a advogar em favor do FdE em algumas disputas e, ao participar do congresso Fora do Eixo, testemunhamos publicamente nosso encantamento e gratidão por integrar as atividades. Mas Angrosino (2009, p. 50), alerta que, ao estabelecer vínculos, é preciso manter-se alerta para evitar ser “capturado” pelas primeiras pessoas que fazem o pesquisador se sentir querido e bem acolhido. Frequentemente, as pessoas que se esforçam para adular o pesquisador são os desviantes da comunidade, ou seus autoproclamados guardiões: “[A] associação muito próxima com esses personagens duvidosos pode limitar as suas chances de conhecer todos os demais” (Angrosino, 2009, p. 50).

Na triangulação, contudo, as consistências e inconsistências foram se revelando com mais clareza. Na observação participante, ficou evidente que parte do que conversavam entre si em circunstâncias espontâneas e informais diferia das respostas mais ou menos padronizadas das entrevistas. Mas as diferenças mostraram-se particularmente notáveis nas entrevistas abertas realizadas em momentos distintos. Os membros ativos tendem a confirmar uma versão homogênea e frequentemente idealizada de suas práticas, enquanto ex-integrantes tendem ao ressentimento e se dedicam a contradizer até mesmo aquilo que haviam dito nas entrevistas anteriores. Sete dos entrevistados em 2011 que se desligaram a partir de 2012 mudaram radicalmente as suas interpretações na segunda entrevista. A amostragem dos entrevistados buscou representar a diversidade de coletivos, localidades, idades, gêneros e graus de participação na rede. Para preservar os membros e ex-integrantes de eventuais constrangimen-

tos com os colegas, os dados obtidos em observação proxêmica, assim como as mensagens em listas de e-mail não terão seus autores identificados.

4. Discussão

A rede Fora do Eixo foi concebida e desenvolvida no contexto das mais diversas conferências públicas intensificadas pelo governo brasileiro na primeira década do século XXI, quando foram estimulados o espírito participativo em parcelas significativas das jovens lideranças culturais. Em todo o país, milhares de delegados eleitos pela própria comunidade participaram de debates nas instâncias municipais, estaduais e nacional, discutindo e contribuindo na redação de diretrizes políticas em diversas áreas. Essa mobilização causaria impactos relevantes na imaginação de jovens políticos e ativistas. Nesse contexto, aquela geração de estudantes que fundaria o Fora do Eixo foi convencida de que, para atuar na cultura, não bastava se relacionar apenas com o mercado, mas era preciso também participar dos processos de discussão e decisão política.

O programa Cultura Viva e os pontos de cultura, lançados oficialmente por meio de um edital em julho de 2004 (Turino, 2009, p. 149), sinalizaram um novo modelo de política cultural e também influenciaram as discussões contemporâneas sobre as relações entre cultura e cidadania. A ideia de que “autonomia, protagonismo e empoderamento são os pilares da gestão compartilhada e transformadora” (Turino, 2009, p. 73) e a noção de que um ponto de cultura “só se realiza quando articulado em rede” (Idem, p. 77) inspiraram e, de certo modo, expressaram as práticas daquela nova geração de produtores. E em uma perspectiva mais ampla, o discurso do Ministério da Cultura, propondo que o debate cultural deveria se relacionar com as políticas de construção de um novo espaço público, considerando as dimensões simbólica, cidadã e econômica, também coincidiu com os ideais daqueles ex-integrantes do movimento estudantil em busca por novas referências diante a crise das ideologias.

Estimulados por esses princípios e dispostos a experimentá-los em sua própria atuação, a rede batizada de “Circuito Fora do Eixo” passou a buscar parcerias, prospectar oportunidades de financiamento público e privado e estimulou a conexão entre coletivos em outras localidades que já desenvolviam projetos parecidos, pensavam a partir de referências políticas semelhantes e também estavam dispostos a trabalhar em conjunto. Aprendendo de forma empírica com o acumulado de acertos e erros, a rede aprimorou os procedimentos de apoio mútuo e passou a apreghoar uma série de métodos mutualistas que, segundo eles, tinham condições de fomentar um circuito alternativo em cidades “fora do eixo”. Um desses procedimentos foi o empenho para criar e fomentar as moedas complementares, os chamados cards, utilizados pelo Espaço Cubo. Nas palavras de Pablo Capilé, o Cubo Card:

É um sistema de créditos que auxilia na profissionalização dos artistas e nas inter-relações entre o instituto e a classe, uma moeda de troca de prestação de serviços. Por exemplo, a banda toca em uma produção da Cubo Eventos e recebe 300 Cubo Cards. Cada um equivale a R\$ 1,50, e ela pode trocar esses créditos por ensaios, gravações, assessoria de imprensa, locação de equipamentos etc. (Sanches, 2006)

Por meio daquela intimidade produtiva com as novas mídias, os coletivos aprenderam que, utilizando plataformas digitais gratuitas era possível organizar todas as etapas das turnês ligadas ao circuito. As bandas, por sua vez, tornavam-se parceiras dos empreendimentos, investindo na rede com o seu próprio trabalho, replicando as atividades para seus contatos e fortalecendo o circuito. Os produtores aperfeiçoaram suas práticas na elaboração de projetos para captação de recursos e, empregando listas de e-mail, chats, videoconferências e encontros pessoais, se dispuseram a ajudar os colegas nas mais diversas tarefas, multiplicando o know-how dos parceiros de rede –da prospecção de editais ao preenchimento de formulários e prestação de contas. A ideia fundamental era que “a união de pequenos empreendimentos conseguiria gerar grandes cooperações”³. Ao atrair a atenção de fundações, secretarias e institutos culturais, obtendo bolsas e apoios de instituições como Ashoka, Itaú Cultural e a então Conexão Telemig Celular, as lideranças passaram a ser convidadas para expor as suas experiências em eventos e, com isso, acabaram fazendo novas alianças em diversos lugares do Brasil. Toda essa dinâmica favoreceu a disseminação de iniciativas como o “Grito Rock”, uma espécie de franquia livre que concede a marca a festivais independentes em dezenas de cidades e, com isso, estimula diversos graus de interdependência entre os músicos e entre os próprios produtores desses eventos.

Tendo em vista as experiências dos fundadores e de vários integrantes com o movimento estudantil, o Circuito Fora do Eixo se construiu registrando suas visões e métodos em uma série monumental de documentos, tal como o regimento, a carta de princípios, as chamadas tecnologias sociais (TECs), os inúmeros relatórios em texto, áudio e vídeo, até criar o seu próprio encontro nacional para formular ações em grupo, estimular os vínculos entre integrantes e parceiros e reafirmar sua filosofia.

Assim, as noções de “economia solidária”, “cultura digital”, “tecnologias livres” e “intercâmbio entre redes sociais”; “empoderamento”, “democratização” e “sustentabilidade da produção cultural” –ainda que não teorizadas ou problematizadas em termos conceituais por esses jovens– procuram inspirar uma prática que, para eles, propõe, no campo das relações de trabalho, a substituição dos interesses econômicos por relações baseadas na colaboração, na solidariedade e no prazer de “fazer junto”.

3 Palestra na conferência de Planejamento 2011. Disponível em: <http://bit.ly/2nU0qLq>.

Baczko (1985) demonstra que os dispositivos da imaginação social encontram grandes oportunidades de expressão quando a comunidade se envolve na tarefa de projetar angústias, esperanças e sonhos diante aquilo que passam a definir como o destino histórico do grupo. Como a história é resultado tanto das experiências como das expectativas, os agentes envolvidos com a fabulação de uma imaginação sobre o seu tempo e a sua atuação costumam se empenhar fortemente, sobretudo em momentos de crise, para ocultar hesitações, encobrir as incertezas em torno de suas decisões e indicar, por fim, que as suas escolhas eram “as únicas possíveis”. Mas como veremos, a própria comunidade de artistas do cenário alternativo, considerados pela rede, dependendo da ocasião, como aliados ou adversários, se encarregou de expor as contradições.

5. Cena dividida

Ao lado da intensa organização e produtividade, apontada por autores como Herschmann (2014) e Barcellos; Dellagnelo & Salles (2014), a atuação do Fora do Eixo no cenário alternativo tem despertado uma série de controvérsias. Nas sombras do entusiasmo e da convicção com que as lideranças defendem o seu modelo, fervilham ressentimentos, desconfianças e diversos antagonismos mais ou menos legítimos, expressos em opiniões pessoais e também na crítica de uma série de grupos desarticulados de artistas e produtores descontentes com os modelos, os métodos de atuação e a crescente influência da rede em esferas governamentais, tal como apontam Bandeira & Castro (2012) e Yúdice (citado por Herschmann, 2011, p. 19-45).

Contudo, como demonstra Ansart (1996), os ressentimentos compartilhados, ainda que inicialmente distribuídos, tendem a formar vínculos cada vez mais duradouros de cumplicidade, até que um grupo mais ou menos coeso se aproxime por meio de ações conjuntas de hostilidade. Assim como os laços de identidade, a rejeição comum também oculta as diferenças internas e possibilita a união a partir daquilo que o autor chama de “comunhão de ódio”. Como veremos, essa dinâmica difusa se tornou um conjunto de reações objetivas a partir de determinado momento da história do Fora do Eixo.

As bandas de rock que se recusam a participar do sistema de *cards*, por exemplo, alegam que, ao contrário do discurso da rede, os produtores apenas as exploram para benefício do próprio Circuito Fora do Eixo. A princípio, notamos uma nítida divergência programática nesta luta de representações. É evidente que uma moeda social utilizável apenas no próprio universo em que foi concebida (com exceção de casos pontuais de parceiros) vai fortalecer o sistema ao impedir que os recursos sejam aplicados fora da rede. O incremento da economia interna é um dos objetivos das moedas sociais, que naturalmente só funcionam em ambientes de confiança mútua entre os usuários.

Na representação que o Fora do Eixo faz de si, reinvestir na rede e fomentar a plataforma são ações estratégicas para todo o cenário: com o circuito ativo, todos ganham. Não há dúvidas sobre o empenho dos integrantes em aplicar todos os recursos na rede –ainda que os fins não sejam apenas a circulação cultural, como veremos. A despeito de insinuações de *haters*⁴, tampouco há indícios de que há produtores enriquecendo às custas dos artistas. Na verdade, notamos o contrário: há integrantes de alto poder aquisitivo que bancam despesas pessoais e coletivas com os recursos dos pais. Uma piada interna, meio brincalhona e meio séria, ironiza a ideia de que o maior financiador do circuito são as famílias dos integrantes, mesmo que, frequentemente, a contragosto. Na série de críticas que o FdE foi alvo em agosto de 2013⁵, muitos ex-parceiros e ex-integrantes denunciaram o uso abusivo de seus próprios cartões de crédito nas despesas correntes da rede ou mesmo em gastos pessoais das lideranças (Bocchini & Locatelli, 2013).

Os membros do Fora do Eixo são inegavelmente dedicados, abnegados, disciplinados e trabalham apaixonadamente, sem ligar para horários ou dias de semana –ainda que, na distribuição dos papéis que cabe a cada um na rede, a despeito do discurso de horizontalidade, é nítida a cultura de culto à personalidade, como observamos na análise sobre as violências simbólicas empregadas para forjar o imaginário de irmandade entre os membros (Fonseca, 2015). Mas quando se envolvem na organização de eventos, como o congresso Fora do Eixo 2011, tal como pudemos observar *in loco*, eles demonstram um entusiasmo legítimo em trabalhar em conjunto. Essa disposição obsessiva chega a ser criticada por ex-integrantes, que costumam chamar os ex-colegas de “zumbis”. O próprio estilo de vida que grande parte deles adota, sem remuneração individual, vivendo no sistema de caixas coletivos e adotando baixo nível de consumo –à exceção dos equipamentos tecnológicos de trabalho– sugere que a prioridade não é o acúmulo de renda individual, mas o fortalecimento da rede. Essa dinâmica é diretamente condicionada pelos códigos de comportamentos ideais firmados na imaginação da rede pelas lideranças fundadoras, que celebram permanentemente a abnegação a partir da ideia de que o que eles fazem não é trabalho, mas uma experiência revolucionária de vida. Quando um integrante decide deixar o circuito, por exemplo, não leva nada consigo –o que gera outras modalidades de controvérsias no âmbito interno. Mesmo as viagens que eles frequentemente realizam não são necessariamente dispendiosas; pois, em geral, ou são financiadas por patrocinadores, ou eles se mobilizam para aproveitar promoções e se hospedar em coletivos, nas casas de colegas ou mesmo com seus familiares.

Contudo, as críticas relevantes tendem a enfatizar o que consideram uma distorção estrutural do modelo. Ao contrário da representação que sustenta a

4 Designação atribuída a internautas que, frequentemente anônimos ou sob pseudônimos, registram comentários raivosos, caluniosos e insultuosos em blogs e redes sociais.

5 Uma compilação dos textos está disponível em: <https://dossiefde.wordpress.com/>.

necessidade de investir na plataforma para estimular a circulação cultural, os críticos entendem que o fortalecimento da rede tem se configurado em um fim em si mesmo, em detrimento das bandas. Consequentemente, os artistas e sua produção, que pretensamente deveriam ser o conteúdo, o objetivo central e a essência da plataforma, tendem a aparecer como elementos secundários, tais como figurantes mobilizados para sustentar a atuação do verdadeiro protagonista: o próprio Fora do Eixo.

De acordo com uma crítica recorrente na blogosfera e nas redes sociais, reafirmada em entrevistas e testemunhada em observação participante, uma consequência dessa inversão é a aparentemente inevitável baixa qualidade da maioria das bandas que circulam pela rede, tendo em vista que elas conseguem seu espaço mais pela simples disposição em se sujeitar às condições do FdE do que propriamente pelos méritos artísticos. Os próprios integrantes admitem discretamente que, em geral, eles não costumam se preocupar com seleções rigorosas de curadoria, pois a maioria dos festivais independentes simplesmente não têm condições de se dar ao luxo de trabalhar apenas com bandas profissionalizadas: entra quem compartilhar o imaginário de “fazer junto” e se dedicar pela rede. Garland (2012, p. 521) interpretou essa dinâmica como uma das mais significativas contradições do modelo do Fora do Eixo: o empenho em criar uma plataforma de circulação de bandas em que a qualidade musical não importa. Isso é ainda mais evidente em outras áreas em que o Circuito Fora do Eixo se esforça para atuar, como, por exemplo, nas tentativas de se efetuar turnês teatrais e nas intenções de se fomentar um circuito literário –ainda inexpressivas, comparando com os festivais de rock alternativo.

Certamente não se pode afirmar que todos os artistas da rede são necessariamente amadores. Tampouco é razoável superdimensionar o papel do FdE ao atribuir à rede a responsabilidade pela suposta crise de originalidade no cenário da música alternativa –até porque os próprios integrantes, um pouco por militância política, parte por preferências estéticas genuínas e muito devido à defesa de seu próprio protagonismo ou à exaltação da própria autoimagem– tendem a discordar da tese de decadência cultural na música brasileira. Ao contrário, e em plena sintonia com o gosto do mercado, os Fora do Eixo celebram e, de certo modo, incluem-se entre os responsáveis pela emergência de expressões culturais até há pouco estigmatizadas, mas atualmente palatáveis na cultura de massa, tal como o rap do Emicida e o tecnobrega de Gaby Amarantos.

Uma busca pelas bandas cadastradas entre os mais de 20 mil usuários ativos e inativos do *site Toque no Brasil*⁶, gerenciada pelo FdE, é uma forma de conhecer o universo de artistas em busca de oportunidades na plataforma. Mas até mesmo simpatizantes da rede, como a cantora Ava Rocha, por exemplo, costumam apontar a questão da curadoria como o grande desafio do modelo (Paes, 2012). É recorrente a opinião de que o estilo predominante nos festivais são

6 Disponível em: <http://tnb.art.br>.

bandas iniciantes de rock vintage e grupos mais ou menos homogêneos de rap. Álvaro Pereira Junior, crítico da Folha de S. Paulo, foi talvez um dos principais porta-vozes da opinião que enxerga um clima de “complacência” com “indies sambistas” ou “indies estatais”, que, “de costas para o público”, sobrevivem “pendurados em Sescs, festivais gratuitos e dinheiro do governo” (Pereira Junior, 2011).

Apesar de contestarem a crítica sobre o descuido estético em público, os integrantes não deixam de abordar a questão entre si, mas com muita discrição. Na verdade, os produtores também sofrem com o amadorismo ou o “estrelismo” de muitas bandas e, frequentemente, são vítimas de boicote deliberado de músicos que, por exemplo, se inscrevem nos festivais já com a intenção de não comparecer e causar embaraços à organização. Como vemos, as disputas políticas no campo cultural também se manifestam de modo não-convencional. Contudo, eles raramente deixam de tratar seus parceiros com “polidez tática” –para usar o termo de Finley (1988, p. 37). Por ocasião da divulgação de seus próprios festivais, eles costumam elevar as bandas às alturas, empregando, além das páginas institucionais, os próprios perfis individuais nas redes sociais para referendar a presumida excelência dos parceiros, veiculando os interesses promocionais da rede para os próprios contatos como se fossem apreciações genuinamente pessoais. É natural que uma representação grandiloquente de seus próprios parceiros é uma forma velada de autoelogio e autolegitimação nas disputas de sentido na imaginação social. Essa prática é tão séria, importante e deliberada que, no empenho para exprimir e impor crenças comuns por meio da sistematização de suas ações, o sistema circular de autoelogios foi oficialmente nomeado, no linguajar interno, de “egocard” –uma espécie de cartão de crédito do ego: um sistema de lisonjas e bajulações usado conscientemente como capital simbólico (Bourdieu, 2005) para premiar a dedicação de parceiros e de membros à rede (Fonseca, 2015).

Nesse sentido, a crítica de Garland aponta para o que entende como a distorção dessa curadoria em que o critério de seleção está ligado menos às questões artísticas do que às alianças políticas realizadas pelas bandas “com, e em favor da rede”⁷. Capilé argumenta que a “proposta de circulação de bandas novas e com pouca experiência não são cotas políticas e sim métodos de fortalecimento dos cenários locais, de troca de experiências e de circulação de conhecimento” (Capilé, 2010). Mas a impressão contrária é muito frequente na blogosfera, nas entrevistas e nas observações próximas. O efeito colateral dessa “promoção militante”⁸ (Garland, 2012, p. 532) parece ser a falta de confiança, que às vezes evolui para uma má vontade crônica em relação à chancela de qualidade que o FdE faz dos artistas parceiros, tendo em vista que o julgamento de valor parece sempre sobrepujado pelos interesses políticos e publicitários.

7 No original: “by, and in favor of the network”.

8 No original: “militantly promoting”.

Uma opinião cada vez mais presente nos comentários da blogosfera observa que a autopromoção permanente prevalece sobre a promoção ocasional das bandas e, de certo modo, a neutraliza. Uma evidência dessa inversão de papéis, segundo os críticos, é que, a despeito do empenho de músicos e produtores, o Circuito Fora do Eixo tem conquistado mais visibilidade e sustentabilidade do que as próprias bandas que se propõe a promover (Nunes, 2011).

Notamos que essa crítica deve ser relativizada, pois tivemos a oportunidade de observar, em eventos no interior do país, que o público nem sempre tem uma noção clara sobre a atuação do FdE na organização dos festivais e, em geral, vai ao show pela simples disposição de conhecer as novidades no rock independente em um cenário de escassez de opções culturais. Mas as bandas que frequentemente circulam pela rede observam que, ao contrário dos discretos produtores tradicionais, que trabalham nos bastidores e preferem permanecer invisíveis para ressaltar o brilho dos artistas, os produtores do FdE fazem questão de serem notados pelo público nos festivais que organizam, proferindo discursos enaltecendo a rede, posicionando as barracas de produção em lugares de visibilidade, movimentando-se vistosamente com seus equipamentos, fazendo oficinas de assessoria de imprensa para produzir releases simpáticos ao festival e atraindo jovens para o coletivo. (Artista 1, Entrevista pessoal, dezembro de 2012). Essa dinâmica também foi observada *in loco*.

Para Cava (citado por Kauark, Barros & Miguez, 2015), o que ocorre não é propriamente uma distorção, mas uma prática coerente bem conhecida na economia das empresas de tecnologia, cujos problemas, contradições e paradoxos são conscientemente ocultos na mística da horizontalidade. A exploração da cooperação transversal que ocorre nas redes é exemplificada pelos modelos de negócio do Google e do Facebook, que obtém lucros extraordinários sem cobrar um centavo dos usuários, mas capitalizando as marcas (*brands*) de outras empresas: “[O]peram, assim, predominantemente no plano do imaterial, oferecendo um serviço em troca do investimento altamente produtivo de tempo, atenção e cooperação de bilhões de pessoas” (Cava citado por Kauark, Barros & Miguez, 2015, p. 229).

A partir de uma imagem publicitária associada à jovialidade, à contemporaneidade tecnológica, ao afeto e à celebração da rede e das conexões digitais, tais empresas se dedicam a “captar o que não produzem”, obtendo lucros a partir da capacidade de concentrar sobre si tempo e atenção “para magnetizar verbas de publicidade e benesses governamentais, numa simbiose crescente segundo uma nova forma de poder”:

No modelo Fora do Eixo, a capitalização se dá pela associação da própria marca com nascentes de conteúdo imaterial, como bandas, artistas, coletivos e movimentos sociais, qualquer coisa que a geração se sinta atraída e dê valor. No final do ciclo de sucessivas manobras em que “colam” e “estão juntos e misturados”, a gestão da marca consegue integrar no cômputo geral não só uma imagem alter-

nativa-indie-descolada-inovadora, como também passa a aspirar ao exercício da representação dessas nascentes, canalizando verbas de publicidade e mediações estatais. (Cava citado por Kauark, Barros & Miguez, 2015, p. 230)

6. Institucionalismo autossuficiente

Muitos apontam o caráter artificial da repercussão do Fora do Eixo nas mídias sociais, cujas postagens são curtidas, compartilhadas e replicadas sobretudo por eles mesmos. Os próprios integrantes, parceiros e fãs se mobilizam em campanhas coordenadas para tuitar e retuitar por várias vezes aquelas palavras-chave – os chamados “tuitaços” – ao ponto de acionar o algoritmo de tópicos emergentes do Twitter. Mesmo sabendo disso, a rede comemora quando o fenômeno ocorre e apresenta o resultado como uma conquista legítima. Garland (2012, p. 521) chama essa prática de “institucionalismo autossuficiente”. Todavia, essa autopromoção parece convencer a imprensa (e mesmo pesquisadores), que tendem a reproduzir, sem crítica, os resultados apresentados pelo próprio FdE.

Em nossas observações, notamos que essa experiência de comunicação digital formulada pela rede foi mais bem-sucedida no campo do ativismo político do que no campo da circulação cultural. Como exemplo, apontamos ocasiões tais como a Marcha da Liberdade (2011) e o movimento #ExisteAmoremSP (2012) – evento significativo para a eleição de Fernando Haddad (PT) à prefeitura de São Paulo; além da mobilização política na campanha #ForaAnaDeHollanda, que pedia a demissão da ministra da cultura do governo Dilma (Prudêncio & Leite, 2013), e sobretudo a repercussão internacional da experiência do Mídia Ninja, um subgrupo criado no Fora do Eixo que se notabilizou na cobertura de mídia independente a partir dos protestos de rua de 2013 pelo Brasil, e que, de fato, superou o universo da rede a partir do progressivo engajamento espontâneo de um público externo mais amplo. Até então, a comunicação dos festivais e mesmo as campanhas do Grito Rock, a iniciativa original de maior visibilidade da rede, não havia superado o nicho no cenário independente, apesar de algumas matérias pontuais nas agendas culturais de jornais.

No campo da circulação cultural, até mesmo bandas parceiras que ocasionalmente participam dos eventos aprenderam a manter certa desconfiança devido ao notório desnível de qualidade que ocorre entre os festivais integrados, incluindo eventos precários, com equipamentos ruins e público minguaado (Brêda, 2010) que, no entanto, parecem bem-sucedidos nas fotos que os produtores veiculam pelas redes sociais e, principalmente, nos portfólios apresentados para editais e patrocinadores. São comuns relatos de bandas que chegavam de outras cidades e descobriam que não havia hospedagem ou sequer um lanche para os músicos (Artista 2, Entrevista pessoal, dezembro de 2012). A resposta padrão da rede costuma ressaltar as narrativas clássicas nas lutas de representação: criação de estereótipos desvalorizados do adversário, exaltação da autoi-

magem com fins de autolegitimação e, enfim, ênfase a respeito da noção de amigos e inimigos, tudo no sentido de disputar a ideia de que a banda parceira deve apoiar o circuito e participar no fortalecimento do cenário.

Apesar disso, mesmo algumas bandas consideradas “inimigas” nessa disputa admitem que, com o passar dos anos, os coletivos mais experientes têm aprimorado o seu nível técnico e promovido eventos com qualidade. De certo modo, essa impressão confirma o discurso do FdE, que, sem assumir a precariedade dos parceiros do interior, ressalta o desenvolvimento do processo e do “fazer junto”. Para aqueles músicos, até o momento, o FdE ainda tem sido mais eficiente na formação de produtores culturais do que necessariamente no fomento de bandas (Artista 1, Entrevista pessoal, dezembro de 2012).

O caso do Grito Rock é particularmente notável. Qualquer produtor interessado, mesmo que não seja ligado ao circuito, é suficientemente livre para inscrever seu evento, utilizar a marca e participar das mais diversas ações conjuntas de divulgação e circulação de bandas. Não há acompanhamento rígido de todos os procedimentos em cada um dos festivais. O empenho para promover a identidade, auxiliar na divulgação e estimular as conexões entre os produtores é realizado por meio de várias ações. Parte dessa dinâmica está expressa no site do Grito Rock⁹. Não deixa de ser interessante observar essa disposição em assumir o risco –que não é pequeno, como eles mesmos se orgulham– de confiar em produtores desconhecidos –e em via de regra, amadores– para disseminar a marca e, sobretudo, o conceito de festival integrado.

Por outro lado, diversos depoimentos, como o da cineasta Beatriz Singer¹⁰ e o do pesquisador George Yúdice¹¹, por exemplo, testemunham um artificialismo nos números apresentados pelo FdE, indicando que a rede de coletivos tem empregado manobras agressivas para associar a sua marca a eventos de outros produtores, buscando inflacionar seus resultados para impressionar o poder público, os patrocinadores e o próprio cenário alternativo. Em nossas entrevistas, um produtor afirma que a prática é comum. Ele exemplifica com um caso pessoal, quando pediu um pequeno auxílio a um coletivo ligado ao FdE, no sentido de apenas compartilhar um banner digital pelas redes sociais, e viu a arte gráfica de seu evento promovido com o selo do Fora do Eixo com destaque desproporcional ao apoio, e com mais visibilidade do que os próprios produtores (Produtor 1, 2012). Não fomos capazes de concluir, a partir desse caso específico, que essa é uma prática generalizada, apesar das afirmações do entrevistado. Tivemos a oportunidade de observar que o empenho dos coletivos em produzir eventos é real. Mas depoimentos como o de George Yúdice, por exemplo, são particularmente relevantes, pois o pesquisador já foi um entusiasta dos “utópicos e pragmáticos” membros do FdE (Yúdice citado por Herschmann, 2011, p. 41), mas atualmente entende que a rede se tornou um movimento controverso que se

9 Disponível em: <http://gritorock.com.br>.

10 Disponível em: <http://bit.ly/1E69mi5>.

11 Disponível em: <http://bit.ly/2n58TN7>.

preocupa prioritariamente em cortejar elites políticas e corporativas em busca de poder (Yúdice citado por Canclini, 2014, p. 30).

É comum ver as lideranças do FdE argumentando que, em vez de reclamar, as bandas devem se sentir participantes da construção da rede: “[E] a galera está mais consciente da importância de seguir a canção mas carregar a caixa”, argumenta Pablo Capilé (Falcão, 2011). Talles Lopes observa que “para muita gente, reclamar e se colocar na posição de crítico é muito mais cômodo do que encarar o desafio de se juntar a outras pessoas e buscar soluções compartilhadas para os problemas” (Lopes, 2011). Os críticos, por sua vez, contra-argumentam dizendo que o discurso de “buscar soluções compartilhadas” não é genuíno, pois entendem que o FdE é inflexível em relação aos seus próprios princípios e tende a estigmatizar interpretações dissonantes em torno de pautas como, por exemplo, a questão dos direitos autorais e o discurso de vinculação entre cultura e política. Mais uma vez, o espírito de cooperação parece ser sobrepujado pelas lutas de representação.

7. Arte e produção cultural

Uma questão já se tornou clássica ao abordar o FdE: as bandas sempre costumam apontar que, no modelo do FdE, além de raramente receberem pagamento formal pelo trabalho, os músicos têm que se sujeitar a diversos outros papéis dentro da cadeia produtiva, sobrecarregando-os de modo a fazê-los desperdiçar a energia criativa com funções que deveriam ser de competência da produção. Em uma palavra, o modelo levaria à desprofissionalização. O FdE retruca com o discurso de desvalorização –ou, como preferem, dessacralização do artista, expresso no slogan “Artista igual pedreiro”. A proposta é que as bandas também devem se envolver nas dimensões não artísticas de suas carreiras.

Para o FdE, coerente com a perspectiva do mercado de nicho (Anderson, 2006), este é um momento em que os músicos devem se sentir confortáveis em ter públicos médios, tendo em vista que, na visão da rede, a era das megabandas que estouram e ganham milhões já passou. Contudo, segundo os críticos, os interesses que, conscientemente ou não, fundamentam esse discurso, não deixam de inspirar alguma desconfiança. Em última instância, parece inevitável que produtores empenhados em supervalorizar a sua própria atuação tentem corrigir o desequilíbrio de prestígio entre artista e produtor invertendo a importância de cada um no campo da cultura. Em outras palavras, o artista dessacralizado se torna “pedreiro” e o produtor ativista e idealista toma a aura para si. No discurso corrente, os músicos devem descer do tablado e aceitar a sua condição de integrantes de uma rede necessariamente maior do que eles. Mas a questão é que muitas bandas simplesmente divergem dessa ideia, argumentando que a plataforma deve sustentar a arte, e não o contrário. Além disso, muitos apontam um personalismo dissimulado na rede de produtores, cujas

lideranças, em uma inversão de papéis, são mais populares que as bandas que circulam pela plataforma.

Segundo os críticos ao raciocínio do FdE, se até o final do século XX os músicos tinham que se submeter às gravadoras para sobreviver, o século XXI, celebrado por ativistas culturais como a era da pirataria digital, parece esboçar outra lógica. A propalada derrocada dos modelos de comercialização de produção cultural na música é interpretada pelo FdE como um fatalismo histórico: para eles, o atual modelo de direitos autorais criminaliza a cópia e o compartilhamento de conteúdo; por isso, são mecanismos esquizofrênicos e ultrapassados que apenas refletem a decadência do mercado de música tradicional. Diante esse cenário o artista deve se “ressignificar”. Mas pelo menos até o começo da década de 2010, o modelo comumente proposto pelo FdE para a sustentabilidade do músico é que ele invista suas energias realizando shows em festivais e vendendo seus CDs e *souvenirs* em banquinhas, por exemplo.

Contudo, para os críticos, a antiga figura da gravadora foi apenas substituída pela nova figura do produtor, a quem a banda deve subserviência. Mas o que fazer se os produtores, cada vez mais habilidosos na prática de captar recursos em editais, fortalecem a si mesmo –ou a sua plataforma– ao tempo em que não compartilham os recursos diretamente com os artistas e, portanto, não estimulam a profissionalização dos músicos?, questionam os artistas. É antiga e recorrente a divergência diante o discurso do FdE, que enaltece o papel de divulgação das bandas proporcionada pelos festivais em detrimento do pagamento de cachês. O depoimento do músico China em seu blog pessoal (China, 2011), os diversos artigos no blog Jukebox da Revista Dynamite¹², a paródia “Hitler e o Fora do Eixo” (Leepesaka, 2011), assim como os inúmeros comentários na blogosfera e nas redes sociais, sobretudo a partir de agosto de 2013, evidenciam esse dissenso.

Em outros focos de desavenças com artistas e produtores alternativos, há quem acuse o FdE de privilegiar questões político-partidárias e deixar as questões artísticas de lado, de empoderar-se de forma predatória de outras organizações –tal como no caso da Associação Brasileira de Festivais Independentes (Abrafin), caso descrito por Savazoni (2034, p. 79)– e de pretender impor seus modelos de modo fundamentalista e messiânico (Movimento Soma, 2011). Sobre a primeira crítica, é comum ouvir, entre os próprios membros do FdE, a noção de que, de fato, o “circuito” focado na produção de festivais é o financiador do “movimento” direcionado à atuação política –ainda que nem sempre partidária, apesar de, como vimos, dos notórios vínculos do Fora do Eixo São Paulo com o Partido dos Trabalhadores (PT) paulistano, expresso de forma implícita no movimento #ExisteAmorEmSãoPaulo e de forma explícita na campanha de Fernando Haddad (Inspira.SP, 2012) e nos vínculos do Fora do Eixo com Juca Ferreira no Ministério da Cultura do governo Lula e, sobretudo, do governo

12 Disponível em: <http://dynamite.com.br/jukebox>.

Dilma. “As ações da organização, ao mesmo tempo em que são ações culturais, voltadas à formação de público e à circulação artística, são também um instrumento de estruturação da ação política” (Savazoni, 2014, p. 38). A própria experiência do Mídia Ninja, criada no âmbito da rede, foi uma iniciativa financiada, no primeiro momento, pela economia da rede de coletivos.

De fato, a relação entre política e produção cultural está indissociada das práticas do FdE desde o momento da concepção dos eventos, planejados e organizados de acordo com os princípios políticos professados por eles, tal como o estímulo ao trabalho colaborativo e interdependente. Há um longo debate sobre a relação do Fora do Eixo com a esquerda e com os movimentos ativistas, tal como compilaram Parra, Ortellado e Rhatto (2013). Contudo, não abordaremos o problema neste artigo focado na questão das tensões no circuito cultural. No que diz respeito ao nosso recorte, a rede advoga que fazer política é, em primeiro lugar, participar do debate público e, para usar um termo comum nos seus discursos, entrar na disputa por modelos de sociedade: “[A]s atividades do circuito viabilizam a ação política. Esta, por sua vez, cria condições para o fortalecimento do campo da cultura” (Savazoni, 2014, p. 147). Deste modo, de forma direta ou indireta, por meio da política, o esforço também estaria direcionado para o desenvolvimento do cenário cultural e, em última instância, a um ideal de sociedade democrática e participativa.

8. Conclusões

O Circuito Fora do Eixo teve condições de crescer e se popularizar porque atua com dinamismo no cenário desorganizado e economicamente precário da música independente no interior do país. Em geral, bandas iniciantes de rock alternativo que atuam em cidades de pequeno e médio porte têm poucos espaços de divulgação e tendem a se mostrar dispostas a encarar quaisquer condições para exibir a sua produção. Nesse sentido, as iniciativas do Fora do Eixo têm proporcionado um conjunto de oportunidades, oferecendo aos interessados uma série de alternativas fora do circuito das capitais.

O acumulado de críticas naqueles pontos que analisamos indica tensões importantes no cenário da produção cultural alternativa. Em primeiro lugar, observamos que parte da rejeição ao FdE se relaciona às expectativas frustradas de artistas e produtores que, a princípio, são seduzidos pela iniciativa, mas que, em algum momento, constatam que a rede não proporciona caminhos para a profissionalização no irregular mercado de música independente. É possível que isso esteja relacionado ao discurso publicitário superlativo do FdE, que atrai parceiros e conquista visibilidade com a afirmação de uma autoimagem supervalorizada, prometendo ou sugerindo benefícios que, apesar do empenho dos coletivos, não é tão efetivo como a rede idealiza em sua propaganda. A celebração romântica da rebeldia, do improviso e do ideário libertário *do-it-yourself*

(faça-você-mesmo) é sempre sedutora para bandas iniciantes, mas se torna inviável para músicos em busca de sustentabilidade e profissionalização. Contudo, considerando que a narrativa romântica, a despeito do pragmatismo interno, configura-se como um elemento inerente ao imaginário que condiciona as práticas do FdE, observamos uma incompatibilidade estrutural, nessa perspectiva, com os anseios do mercado independente.

Em segundo lugar, é nítido que a ânsia por produtividade, protagonismo e legitimidade tenha levado o Fora do Eixo a associar sua marca de forma indiscriminada a eventos de parceiros ao ponto de inflacionar a própria atuação. É verdade que os coletivos realizam muitas atividades com a articulação da rede. Mas ao observar as lideranças conquistando visibilidade nas mídias e enfatizando os méritos do FdE a partir de números fabulosos, sobrepondo-se às parcerias e apoios de outros produtores e organizações, muitos se sentem, injustamente ou não, usurpados. É possível que a avidez na promoção da própria marca, realizada tanto na autocelebração quanto na desqualificação de outros modelos –o que os levou a um estado permanente de lutas de representação– seja ao mesmo tempo a causa do sucesso e da rejeição em um cenário marcado pela escassez de recursos e pela consequente luta por financiamento a partir da captação de recursos na esfera pública e privada. Ora, se os portfólios são instrumentos valiosos na busca por patrocínios, a visibilidade é um capital crucial. E se ao lado dos esforços de legitimação as disputas simbólicas envolvem a construção de uma imagem desvalorizada daqueles que a rede entende como adversários, seguido da veiculação e viralização de estereótipos pejorativos do inimigo, as tensões se tornam consequências naturais.

Em terceiro lugar, a informalidade nas relações de trabalho no FdE, ainda que fundamentadas pelo discurso e pela prática da cooperação, da solidariedade e do prazer de “fazer junto” –com todas as contradições mencionadas– tornou-se fator relevante de controvérsias. As inevitáveis arbitrariedades que surgem em acordos não formalizados –tais como privilégios, favorecimentos, dívidas de gratidão e retaliações– acumularam, ao lado das realizações, um passivo de desconfianças, decepções e mágoas pessoais que explodiram em agosto de 2013 pelas redes sociais, quando a rede sofreu um verdadeiro linchamento virtual protagonizado sobretudo por ex-integrantes e antigos parceiros que se sentiram de alguma forma enganados. A rejeição à burocracia, à formalidade e à impessoalidade nas relações de trabalho parece tê-los conduzido, de forma consciente ou não, ao voluntarismo, ao personalismo e à mística –expressa na devoção incondicional dos integrantes ao conjunto de ideias e práticas que o FdE professa e, por consequência, ao desprezo por interpretações contraditórias que, nas suas representações, ou como eles preferem definir, nas suas narrativas, eles atribuem a uma suposta crise de protagonismo dos críticos.

Se a informalidade nas relações se revela na celebração da alegria, da confiança e da cumplicidade entre eles e seus parceiros, as contradições mais visíveis, quando a confiança se rompe, são a agressividade verbal que antagonistas

costumam empregar nas lutas de representação em defesa de sua própria versão e a rejeição aos mecanismos judiciais na disputa de interesses. Em outras palavras, na falta de um contrato, as partes buscam defender a própria versão no campo da imaginação social a partir de ataques e tentativas de desqualificação pelas redes sociais.

Por fim, ressaltamos a tensão existente a respeito do uso da economia gerada pela circulação de bandas para financiamento de ativismo político –e, às vezes, partidário– que não necessariamente se relaciona com os objetivos, os valores artísticos ou a visão de mundo dos artistas que se associam à rede. Ainda que o FdE procure professar uma perspectiva política mais ampla da cultura, é visível a tensão expressa nas controvérsias entre parceiros que, acima de tudo, buscam a profissionalização de seu trabalho e a sustentabilidade de suas carreiras. Assim, o conjunto de operações realizadas pelo FdE no campo da imaginação social, ao mesmo tempo em que trouxe visibilidade à rede, foi um fator importante de acirramento das tensões.

Referências bibliográficas

- Anderson, C. (2006). *A cauda longa: do mercado de massa para o mercado de nicho*. Rio de Janeiro: Campus.
- Ansart, P. (1996). História e memória dos ressentimentos. En Bresciani, S. & Naxara, M. (Eds). *Memória e (res)sentimento: indagações sobre uma questão sensível* (pp. 15-36). Campinas: Editora Unicamp.
- Bandeira, O. & Castro, O. (2011). *Fora de qual eixo*. Auditório Ibirapuera. Recuperado de <http://bit.ly/202SasY>.
- Barcellos R. M. R.; Dellagnelo, E. H. L. & Salles, H. K. (2014). Práticas organizacionais e o estabelecimento de lógicas de equivalência: o Circuito Fora do Eixo à luz da Teoria Política do Discurso. *R. Adm.*, São Paulo, 49(4), 684-697. Recuperado de <http://bit.ly/2nTPDRH>.
- Berger, P. L.; Luckmann, T. (1978). *A construção social da realidade: tratado de sociologia do conhecimento*. 4ª. ed. Petrópolis: Vozes.
- Bocchini, L & Locatelli, P. (2013, Agosto 16). Fora do eixo: ex-integrantes da entidade controladora do Mídia Ninja falam com exclusividade para CartaCapital e condenam práticas da organização. *Carta Capital*, São Paulo. Recuperado de <http://bit.ly/2kHomKh>.
- Bourdieu, P. (2005). *O poder simbólico*. 8ª. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil.
- Brêda, G. (2010, Mayo 13). Alguma coisa está fora do eixo. *Laboratório Pop*. Recuperado de <http://bit.ly/2outkmS>.
- Capilé, P. (2010, Enero 1). Sobre hoje, ontem e amanhã. *Goma Card*. Recuperado de <http://bit.ly/2nx8WNj>.
- Castells, M. (2001). Hackers, crackers, seguridad y libertad. *Universidad Oberta de Catalunya*. Recuperado de <http://bit.ly/2nPJS5A>.

- Chartier, R. (1985). *A história cultural: entre práticas e representações*. Rio de Janeiro: Difel/Bertrand Brasil.
- Chartier, R. (1994). A História hoje: dúvidas, desafios, propostas. *Estudos Históricos*, 7(13), Rio de Janeiro, 97-113. Recuperado de <http://bit.ly/2n582vR>.
- China. Fora do eixo e longe de mim. (2011, Novembro 17). *China: moto contínuo*. Recuperado de <http://bit.ly/2o2SM1W>.
- Fonseca, A. A. (2015). O valor do “egocard”: afetividade e violência simbólica na rede Fora do Eixo. *Revista Famecos*. Porto Alegre, 22(1), 94-119. Recuperado de <http://bit.ly/2nBDqOS>.
- Darnton, R. (1986). *O grande massacre dos gatos: e outros episódios da história cultural francesa*. 2ª. ed. Rio de Janeiro: Graal.
- Duarte, J & Barros, A. (2005). *Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação*. São Paulo: Atlas.
- Duarte, R. (2002). Pesquisa qualitativa: reflexões sobre o trabalho de campo. *Cadernos de Pesquisa*, São Paulo, 115, 139-154. Recuperado de <http://bit.ly/2eDeuFr>.
- Canclini, N. G. (2014). *Imagined Globalization*. Durham: Duke University Press.
- Finley, M. (1988). *Democracia antiga e moderna*. Rio de Janeiro: Graal.
- Casa Fora Do Eixo (São Paulo). *Fora do quê?* Recuperado de <http://bit.ly/2ouoN3L>.
- Garland, S. (2012). “The Space, the Gear, and Two Big Cans of Beer”: Fora do Eixo and the Debate over Circulation, Remuneration, and Aesthetics in the Brazilian Alternative Market. *Journal of Popular Music Studies*, 24(4), 509-531. Recuperado de <http://bit.ly/2oRAYUF>.
- Glossário Fora do Eixo. *Universidade Fora do Eixo/Fora do Eixo Letras*. Recuperado de <http://bit.ly/2n4YKzW>.
- Herschmann, M. (2011). *Nas bordas e fora do mainstream musical: novas tendências da música independente no início do séc. XXI*. São Paulo: Estação das Letras e Cores, Faperj. Recuperado de <http://bit.ly/2oRXOqm>.
- Herschmann, M. (2013). Carência de dados e desafios metodológicos para o desenvolvimento dos estudos da indústria da música. *Revista FAMECOS* Porto Alegre, 20(1), 131-146. Recuperado de <http://bit.ly/2nPFK5y>.
- Herschmann, M. (2014). Construindo uma cena musical independente em Niterói no início do século XXI: o estudo de caso dos coletivos Araribóia Rock e Ponte Plural. *Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação E-compós*, Brasília, 17(1). Recuperado de <http://bit.ly/2nTN6GX>.
- Inspira.SP. (2012). Pablo Capilé: Completo. *Pense novo TV*. São Paulo. Recuperado de <http://bit.ly/2nxag2J>.
- Kauark, G; Barros, J. M & Miguez, P. (2015). *Diversidade cultural: políticas, visibilidades midiáticas e redes*. Salvador: Edufba. Recuperado de <http://bit.ly/2nPDPoT>.
- Leepesaka. (2011, Diciembre 21). *Hitler e o fora do eixo*. Recuperado de <http://bit.ly/2ourgv4>.
- Le Goff, J. (1996). *História e Memória*. São Paulo: UNICAMP.
- Levy, P. (1998). *A inteligência coletiva*. São Paulo: Edições Loyola.

- Lopes, T. (2011, Novembro 19). Qual é o problema. *Página cultural*. Recuperado de <http://bit.ly/2nPM3WO>.
- Mergel, T. (2003). Algumas considerações a favor de uma História Cultural da política. *História Unisinos*. 7(8), 11-55.
- Movimento Soma. (2011, Diciembre 14). Desligamento do Circuito Fora do Eixo. *Movimento Soma*. Recuperado de <http://bit.ly/2oRt5yu>.
- Negroponete, N. (1995). *A vida digital*. São Paulo: Companhia das Letras.
- Nunes, R. (2011, Septiembre 29). R64 Brasil: Bela independência, hein? *R64*. Brasília. Recuperado de <http://bit.ly/2nx6vKk>.
- Paes, M. (2012, Marzo 26). Ava Rocha: a cantora e cineasta, filha de Glauber Rocha, lança primeiro disco com a banda AVA. *Revista TPM*. São Paulo. Recuperado de <http://bit.ly/2ouzz2Vm>.
- Parra, H. Z. M; Ortellado, P. & Rhatto, S. (2013). *Movimentos em marcha: ativismo, cultura e tecnologia*. S/N. São Paulo.
- Pereira Junior, A. (2011, Octubre 1). É proibido criticar. *Folha de S. Paulo*. São Paulo. Recuperado de <http://bit.ly/2nx7479>.
- Prudêncio, K. & Leite, W. D. (2013). Comunicação e mobilização política na campanha Fora Ana de Hollanda. *Rev. Estud. Comun.*, Curitiba, 14(35), 445-462. Recuperado de <http://bit.ly/2oulUAj>.
- Sanches, P. A. (2006, Febrero 15). A música fora do eixo. *Carta Capital*. Recuperado de <http://bit.ly/2o2QCil>.
- Savazoni, R. (2014). *Os novos bárbaros: a aventura política do Fora do Eixo*. São Paulo: Aeroplano.
- Singer, P. (2002). *Introdução à economia solidária*. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo.
- Turino, C. (2009). *Ponto de cultura: o Brasil de baixo para cima*. São Paulo: Anita Garibaldi.