

Revist@
ODC

OBSERVATÓRIO
da diversidade
CULTURAL

Revista Observatório da Diversidade Cultural
Volume 3 Nº1 (2016)
www.observatoriodadiversidade.org.br/revista

Comunicação

MORTE AO FALSO METAL: Roko-Loko e a identidade headbanger na revista Rock Brigade

Fábio Gonçalves de Carvalho Ferreira ¹

Giselle Xavier d Ávila Lucena ²

RESUMO

Este trabalho realiza um estudo sobre a identidade do fã do estilo musical Heavy Metal, conhecido como headbanger. Por meio da história em quadrinhos “Morte ao falso Metal”, assinada pelo quadrinista Márcio Baraldi, para a revista especializada Rock Brigade, são problematizados estereótipos e paradoxos do universo do headbanger como indivíduo cultural contemporâneo. A popularização do estilo por meio da indústria cultural e os aspectos dicotômicos entre “underground” e “mainstream”, apresenta um contexto de defesa de um “verdadeiro” seguidor do estilo. Como referência, são utilizados autores como Zygmunt Bauman e Stuart Hall, Moacir Cyrne, Isabel Lustosa, Leandro Campoy, entre outros.

Palavras-Chave: Identidade. Headbanger. Underground. Mainstream. Rock Brigade. Roko-Loko.

ABSTRACT

This work does a study on the identity of the fan of musical style Heavy Metal, known as headbanger. Through the comic “Death to False Metal”, signed by the cartoonist Marcio Baraldi, for the specialized magazine Rock Brigade, are problematized stereotypes and paradoxes of headbanger’s universe as contemporary cultural individual. The popularization of style through cultural industry and dichotomous aspects between “underground” and “mainstream” presents a defense context of a “true” follower of style. For reference, authors used are Zygmunt Bauman and Stuart Hall, Moacir Cyrne, Isabel Lustosa, Leandro Campoy, among others.

Keywords: Identity. Headbanger. Underground. Mainstream. Rock Brigade. Roko-Loko.

1 Pós-graduando em Gestão de Políticas Públicas em Gênero e Raça, pela Universidade Federal de Ouro Preto, UFOP. Possui Licenciatura em Artes Visuais (UnB) e graduação em Comunicação Social/Jornalismo pela Universidade Federal do Acre – UFAC. Email: fabio.ac.carvalho@gmail.com

2 Mestre em Interações Midiatizadas, pela PUC Minas. Professora do curso de Comunicação Social/Jornalismo, da Universidade Federal do Acre - UFAC. Email: gisellelucena@gmail.com.

1. APRESENTAÇÃO

Este trabalho propõe uma análise das dinâmicas identitárias do fã de *heavy metal*, o *headbanger*, por meio da leitura crítica do trabalho do quadrinista Márcio Baraldi, para a revista *Rock Brigade*, com foco na história “Morte ao falso metal”³. Procura-se problematizar dicotomias e paradoxos presentes na reprodução da representação social do público fã deste estilo musical, no contexto da indústria cultural e da cultura de massa, e das dicotomias entre *underground* e *mainstream*.

A fundamentação teórica está baseada em obras de estudiosos como Zygmunt Bauman e Stuart Hall, além de pesquisadores das histórias em quadrinhos como Isabel Lustosa e pesquisadores do *heavy metal*, como Tom Leão e Leandro Campoy. O objeto empírico do trabalho é a representação do *headbanger* na história “Morte ao falso metal”, que tem o personagem Roko-Loko acusado de não cumprir com as determinações identitárias do fã do estilo musical.

O quadrinista Márcio Baraldi transita entre vários assuntos além do *rock*, como religiosidades, movimento LGBT, vídeo-games e política. Entre seus trabalhos estão os livros “Moro num país tropiCAOS!”, publicado durante a 17ª Bienal do Livro de São Paulo, em 2002; e “Todas as cores do humor”, voltado para o público LGBT; além de diversas coletâneas com as tirinhas de alguns de seus principais personagens, como o próprio Roko-Loko, da revista *Rock Brigade*; Tatooninho, da *MetalHead Tatoon*; Rap Dez, da revista *Viração*; e Vapt e Vupt, da revista *Espiritismo e Ciência*. Como reconhecimento do seu trabalho, Baraldi já ganhou 11 vezes o troféu Ângelo Agostini, da Associação dos Quadrinhistas e Cartunistas (AQC); o Prêmio Humor Popular, no VI Salão de Humor de Volta Redonda, no Rio de Janeiro; entre outros.

Roko-Loko é o principal personagem de Márcio Baraldi, e começou a ser publicado pela revista *Rock Brigade* em 1996, com conteúdos que contribuem para a percepção de elementos identitários e representativos do contexto histórico e social do *heavy metal*. O personagem, junto com sua namorada Adrina-Lina, é reconhecido como um grande símbolo do circuito cultural do *heavy metal*.

³ Disponível em: <http://www.rockonstage.org/funonstage/hqrokolokomorteaofalsometal.htm>

2. DO UNDERGROUND AO MAINSTREAM: A BUSCA PELO HEAVY METAL DE ESSÊNCIA

Além de estilo musical, o *heavy metal* pode ser considerado um movimento cultural peculiar, com regras e convenções próprias. Neste movimento, o fã é convidado não apenas a ouvir uma música, mas sim, reproduzir costumes, falas e crenças, estabelecendo uma vivência que é, ao mesmo tempo, tradicional e transgressora. Dentro deste circuito, está a ideia de “*underground*”. Para Oliveira Júnior (2011), o *underground* é como circuito de relações caracterizado por ser “marginal em sua essência”, ou seja, um estilo que vive à margem da sociedade.

O cenário *underground* não se resume somente aos shows – que seria o evento máximo dos *headbangers* – mas a ele competem todos os locais de convivência e vivência do *Heavy Metal*. Aqui estão as praças, lojas especializadas, bares, clubes, centros comerciais, pubs, escolas de música, sejam eles palco de shows ou não. (OLIVEIRA JÚNIOR, 2011, p. 27).

Por outro lado, há também o contexto do “*mainstream*”, caracterizado como o oposto desta lógica, sendo um mero mercado consumidor, onde o mais importante é a quantidade de CDs vendidos, a grandiosidade dos shows ou o alcance midiático das bandas inseridas nesta classificação. No meio do *heavy metal*, esta dicotomia “*underground x mainstream*”, aparece na associação de “verdadeiro” (ou *true*) às bandas do *underground*, rótulo que perdem imediatamente ao conquistarem o *mainstream*, tornando-se “*posers*” (ou falsos-vendidos).

Para compreender melhor este paradoxo é importante considerar a identidade como conjunto de características compartilhadas, seja com o semelhante, com o diferente, num processo nunca finalizado ou esgotado e mais: fundada em fantasia, desejo, idealização e projeção, onde “seu objeto tanto pode ser aquele que é odiado quanto aquele que é adorado” (HALL, 2005, p. 107). Em outras palavras, as identidades são como narrativas de si, construídas conforme as formas pelas quais desejamos e/ou imaginamos ser vistos pelos outros, pois “as identidades são para usar e exibir, não para armazenar e manter” (BAUMAN, 2005, p. 96). No entanto, tal processo é constantemente tumultuado por confrontos muitas vezes incoerentes, pois envolve também um caráter imaginário e aprisionador presentes nos discursos e posicionamentos, uma vez em que pode ser convocada para expressar marcas necessárias para localização espaço/temporal de sujeitos coletivos.

Para Bauman (2005), em tal processo, as chances de desentendimento e conflito existem porque “as identidades flutuam no ar, algumas de nossa própria escolha, mas outras infladas e lançadas pelas pessoas em nossa volta, e é preciso estar em alerta constante para defender as primeiras em relação às últimas” (BAUMAN, 2005, p. 19). Esse caráter fluido e imerso num

jogo de disputa é enfatizado ainda mais quando consideramos que a identidade se revela “como algo a ser inventado, e não descoberto, como alvo de um esforço, ‘um objetivo’; como uma coisa que ainda se precisa construir a partir do zero ou escolher entre alternativas e então lutar por ela e protegê-la lutando ainda mais” (BAUMAN, 2005, p. 21-22).

Na dicotomia *underground-mainstream*, uma das características manifestas no universo roqueiro, encontramos uma dinâmica de defesa e acusação de um verdadeiro ou falso *headbanger*. No que se refere à identidade roqueira, se a identidade não é descoberta, mas inventada e construída, embora em algum momento o fã tenha que “descobrir” o *heavy metal*, esta descoberta da existência e do gosto pelo estilo não torna o sujeito um *headbanger*: é preciso construir, aos poucos, esta identidade, agregando diversos elementos de igual importância para o “*true headbanger*”. E isso exige, como já falado inicialmente, não “apenas” o apreço pelo estilo musical, mas, sim, a adaptação aos modos de se vestir, de falar, frequentar lugares específicos etc. Ou seja, a identidade *headbanger* exige que se esteja inserido em seu circuito cultural. Afinal, “em vez de falar da identidade como uma coisa acabada, deveríamos falar de identificação e vê-la como um processo em andamento” (HALL, 2006, p. 39).

No entanto, tais escolhas não são simples. Na busca pela autenticidade, em vez de se alcançar o “verdadeiro metal”, é possível que se atinja o seu oposto. Conforme Bauman (2004), a identidade é uma construção e esse processo funciona

(...) como alvo de um esforço, “um objetivo”; como uma coisa que ainda se precisa construir a partir do zero ou escolher entre alternativas e então lutar por ela e protegê-la lutando ainda mais – mesmo que, para que essa luta seja vitoriosa, a verdade sobre a condição precária e inconclusa da identidade deva ser, e tenda a ser, suprimida e laboriosamente oculta. (BAUMAN, 2004, p. 21-22)

Tais dinâmicas podem ser localizadas nas vivências de Roko-Loko, conforme a sua identidade de fã de *heavy metal*. Enquanto Roko-Loko é retratado como um sujeito fragmentado, “composto não de uma única, mas de várias identidades, algumas vezes contraditórias ou não-resolvidas” (HALL, 2006, p. 12), o *rock* é retratado por Márcio Baraldi como um estilo de vida, e não apenas como um estilo musical.

Para entender melhor este paradoxo, propomos compreender o processo histórico do *heavy metal*. Pela limitação do espaço aqui disponível, vamos nos ater aos acontecimentos no Brasil, onde o *heavy metal* se caracterizou como um movimento a partir dos anos 80, época em que o estilo já havia atingido seu ápice em outros países e já estava em sua segunda geração, como na Inglaterra. A cena brasileira de *heavy metal* teve como seus grandes centros precursores, as cidades de São Paulo e Belo Horizonte, onde estavam localizadas lojas de discos e gravadoras, como a Woodstock, Devil e Baratos Afins, em São Paulo; e a Cogumelo, em Belo Horizonte. Elas

desempenhavam um papel importante neste início de *heavy metal* no país, pois se firmaram como locais onde os fãs se encontravam para trocar discos e fitas K7 e, principalmente, conversar sobre o estilo. Naquela época era comum a comunicação via cartas, promovendo assim uma grande rede para troca de material e de informações, além da circulação de fanzines.

Após o primeiro Rock In Rio, em 1985, o maior evento produzido no país até então, o heavy metal chegou ao conhecimento do grande público. O sucesso do Rock In Rio e a consequente popularização do *heavy metal* se deu por diversas razões culturais, históricas e mercadológicas. No entanto, para Silva (2008) o sucesso do festival foi resultado, principalmente, da grande cobertura da mídia de massa.

O grande marco para a popularização do *heavy metal* no Brasil, no entanto, foi o festival Rock in Rio, promovido pela Rede Globo em janeiro de 1985 – o primeiro evento gigantesco de música realizado no país, que recém saía de um período de quase 21 anos de ditadura militar, reuniu dezenas de milhares de pessoas por noite durante 10 dias. Boa parte das atrações internacionais do evento era formada por algumas das maiores bandas de *heavy metal* da época, como Iron Maiden, Ozzy Osbourne, Scorpions e AC/DC. Os shows transmitidos em rede nacional de televisão e com ampla cobertura da mídia impressa tornaram o *heavy metal* conhecido em todo o país, ainda que a cobertura o retratasse como algo exótico ou perigoso. (SILVA, 2008, p. 31)

Embora o cenário do *heavy metal* já estivesse se consolidando desde o início dos anos 80, com as principais bandas brasileiras sendo criadas antes do evento e, na época, o Kiss e o Van Halen já terem feito shows no Brasil (1983), é inegável que o Rock In Rio foi um dos principais colaboradores para a massificação do estilo, e por isso, o ano de 1985 é considerado um marco para este segmento musical no país (LEÃO, 1997; SILVA, 2008). Por outro lado, o Rock In Rio também colaborou para a consolidação de alguns estereótipos para o grande público e para os fãs mais novos, que passaram a reproduzir algumas destas formas caricatas, como o termo “metaleiro”, ao que antigos fãs do estilo abominam.

O termo é normalmente atribuído à cobertura da Rede Globo do primeiro Rock In Rio pelo uso constante da palavra para definir os fãs de heavy metal⁴, que por sua vez acusam a emissora de criar uma palavra que não os define e divulga ideias errôneas sobre este estilo de vida. Entretanto, a palavra já era utilizada para designar fãs de metal, mesmo por “gente do meio”. A própria revista especializada Rock Brigade, por exemplo, usou o termo antes do Rock in Rio. “(...) a inflação “delfiniana” não nos perdoa por sermos **metaleiros** (...)” (Editorial, Rock Brigade, Vol XIV, ANO III – 1984. Grifos nossos). Para os fãs esta palavra tem tom pejorativo, pois carrega o peso dos estereótipos criados em torno do estilo e preferem se autodenominar “*headbangers*”. A auto-referência como “metaleiro”, chega a ser utilizada no meio como identificação entre fãs

4 Ver os vídeos: (<https://www.youtube.com/watch?v=KG7-HhKWYg4> e <https://www.youtube.com/watch?v=bjrweld5GwM>)

antigos e novos, onde aquele que aceita e utiliza o rótulo é desconhecedor da “cultura metal” e portanto um intruso, um falso.

A partir da metade dos anos 80, o estilo cresceu muito e bandas se consolidaram em diversos estados do país, sobretudo em São Paulo e Minas Gerais. O Sepultura é o maior nome do estilo até hoje, obtendo reconhecimento em todo o mundo, com seu auge nos anos 90. A partir desta década, o *heavy metal* brasileiro se profissionalizou, tornando-se referência para o mundo e exportando bandas de todas as subdivisões do metal e gerando uma prolífica cena, composta por grandes produções, imprensa especializada e bandas influentes em todo o mundo.

A partir desta época, cresceu também o radicalismo e muitas bandas foram rotuladas como “falsas” ao alcançarem públicos maiores. Neste pensamento, crescer equivale a uma negação do *underground* numa lógica capitalista, que prioriza o lucro em detrimento da qualidade e do fruir artístico, colocando o *heavy metal* numa lógica de consumo. Encontramos as raízes desta ideologia em Adorno e Horkheimer (1997), que apontam o consumismo como parte inerente à indústria cultural. O ideário do *headbanger* busca não se sujeitar à indústria cultural, preservando a integridade artística das bandas *underground*.

Campoy (2010) realizou uma pesquisa⁵ sobre o *heavy metal* e, embora com foco no lado mais extremo do estilo, o autor oferece uma série de reflexões sobre os conceitos de *underground* e *mainstream*, contribuindo para a compreensão da dualidade que expõe o ideário da indústria cultural no pensamento *headbanger*:

Porém, não podemos esquecer que essas relações *underground* são tecidas a partir de uma representação dual do *heavy metal*. A participação e a prática do *underground* são explicadas como, em parte, resultado de uma rejeição do outro pólo, aquilo que chamam de *mainstream*. Seja porque falta metal extremo nele, seja porque seu *heavy metal* não é apreciado, o *mainstream* é repellido e negado pelos praticantes do *underground*. (CAMPOY, 2010, p.35)

Seja negando ou aceitando fazer parte desta indústria, de uma forma ou de outra, o conceito se faz presente no *underground*, sendo que os ideais deste são, a princípio, avessos à lógica de mercadoria e entretenimento puro ligados à indústria cultural. Conforme Silva (2002), a contestação dos valores dominantes é característica do movimento *underground*, peculiar dos grupos das contraculturas.

5 O autor só aceita a classificação de *underground* para as bandas extremas que não alcançam sucesso comercial. Para ele, enquanto os objetivos do *underground* são a “ideologia e a atitude”, os do *mainstream* são “fama e lucro”.

Um traço característico dessas tribos é sua atitude de contestação dos valores que eles identificam como dominantes. Eles procuram, através de seu comportamento, modo de vestir e, principalmente, pelo consumo de produtos culturais diferenciados, afirmar identidade de grupo. (...) Dessa maneira, nota-se que a juventude continua gerando movimentos de oposição, contraculturas. Observa-se que o desejo de transformação da realidade social não se extinguiu e que os movimentos urbanos juvenis apenas mudaram de feição e ideais. Talvez os hippies de ontem sejam, guardadas as devidas proporções, as tribos urbanas de hoje. Novas realidades são refletidas em novos posicionamentos diante do mundo. (SILVA, 2002, p. 29)

Outro ponto importante a se compreender neste universo é que, mesmo com o seu amadurecimento a partir dos anos 90, com a profissionalização das bandas e a consolidação do cenário, há um sentimento de nostalgia pelos anos 80. Hoje, existem tantas subdivisões e novas bandas que seria preciso um estudo detalhado apenas para delinear as nuances deste novo cenário, repleto de estilos diferentes como *power metal*, *thrash metal*, *death metal*, *black metal*, *new metal* etc. Mas, a rigor, consideramos todas as subdivisões como *heavy metal*, sendo que este, a partir do âmbito cultural e histórico, nessa pesquisa, também está inserido na cultura denominada *rock'n'roll* e, portanto, quando falamos da cultura *heavy metal*, também falamos da cultura rock, sendo utilizadas, nesse sentido, como sinônimos.

Dessa forma a cultura do *heavy metal* orgulha-se por ser parte do *underground*, sendo independente da grande mídia. Entretanto, esta pretensa independência é relativa, pois além dos fanzines, shows e lojas de discos, o estilo também possui uma mídia especializada, que abre espaço tanto para as bandas *mainstreams* quanto para *undergrounds*. Há ainda websites (ou webzines), programas de rádio e programas para internet, para o Youtube ou canais de webtv etc. Dentro desta mídia dita especializada, interessa-nos, nesse momento, a revista Rock Brigade. Nela, são publicadas as histórias do personagem Roko-Loko, criação do cartunista Márcio Baraldi, que representa, através de suas HQs, a identidade do *headbanger* e o estilo de vida que o envolve, temas aqui estudados.

3. ROKO-LOCO EM: MORTE AO FALSO METAL

Surgida em 1981 como um fã clube de *heavy metal*, em 1982 a *Rock Brigade* virou fanzine. Sua pretensão era a mesma de todos os “zines”: abordar um assunto específico que não é valorizado pela grande mídia, divulgando-o e enaltecendo-o. O primeiro editorial do informativo reflete a cultura dos fãs de heavy metal, *headbangers*, e também a contradição já apontada de sua postura: a dicotomia entre *underground* e *mainstream*.

Hello, moçada, aqui estamos com nosso (inclusive vocês) primeiro informativo. Parece que nossa intenção já é sabida, mas vale repetir: Procurar de todas as formas possíveis divulgar o HEAVY METAL ROCK. Para tanto, este informativo será o ponto de partida, para levar-lhes a idéias e as informações. (Editorial, Rock Brigade, n 01, 1982)

Ora, se por um lado os membros desta cultura não querem fazer parte da indústria cultural, por outro, parecem desejar fazer parte dela, lutando para ser reconhecida e valorizada por ela. Caso contrário, a intenção destes meios não poderia ser divulgar de todas as formas possíveis. Em poucos anos, o fanzine começou a receber novos colaboradores, a aumentar o número de páginas, ter capa colorida e manter periodicidade mensal. A Rock Brigade cresceu, se tornou editora e também gravadora com o selo *Rock Brigade Records*, que assim como a revista é especializado em *heavy metal*.

Desta forma a Rock Brigade passou de um simples fanzine fotocopiado à mais importante revista do estilo durante os anos 90, sendo publicada inclusive na Argentina, tendo seu período de maior êxito de vendas entre a década de 1990 e o começo dos anos 2000, quando chegou a atingir a tiragem de 60 mil exemplares mensais (SILVA, 2008, p. 37). Ainda na década de 90, novas revistas especializadas em *heavy metal* como a Valhalla e a Roadie Crew percorreram os passos da Brigade, passando de fanzines à revistas, dividindo um nicho que até então era dominado unicamente pela Rock Brigade. Os efeitos desta divisão de mercado, aliado à popularização da internet e abertura de outros canais de produção e difusão de informações especializadas, causariam grandes dificuldades para a Rock Brigade na década seguinte.

Assim, no final de 2007, sua tiragem caiu para 15 mil exemplares (SILVA, 2008, p. 37). Tais mudanças mercadológicas e editoriais, porém, foram muito além da tiragem da revista. A Rock Brigade criou um site e tentou se ajustar aos novos tempos e, devido à grande queda de vendas, retirou a distribuição da revista em bancas, mantendo apenas uma distribuição para assinantes e para compras via internet. Ao comemorar seus 30 anos, a editora adotou nova estratégia e voltou a fazer distribuição da revista em pequenas quantidades e em locais específicos. Estratégia similar à dos fanzines, o que, de certa forma, traz a revista de volta à sua origem. E assim, com 33 anos de existência, a Rock Brigade se proclama a revista de rock mais antiga do mundo em atividade.

Como já apresentado, entre as seções da revista, estão as histórias de Roko-Loko assinadas por Márcio Baraldi. Para assinalar as dinâmicas identitárias do movimento *headbanger* aqui apontadas, escolhemos a HQ “Morte ao Falso Metal” (FIGURA 01), que exemplifica a visão de “falsos e verdadeiros”, de “*underground* e *mainstream*” do meio. A começar pelo título, que se tornou um bordão do gênero e é comumente utilizado pelos fãs, “zineiros” e bandas. Mesmo

de algumas que, pelos critérios de Campoy (2010), poderiam até serem qualificadas como *mainstream*, como o Manowar⁶.



8

Figura 01: “Morte ao Falso Metal”

Fonte: BARALDI, 2009.

6 O Manowar é uma banda americana famosa por se considerar uma banda adepta do “verdadeiro metal”, bradando pela morte ao falso metal em suas letras e em seus shows. Entretanto, a banda também sofre com seu próprio discurso, pois parte do público heavy metal os considera falsos, seja por ser uma banda que alcança grande espaço na mídia ou pela forma quase cômica que este discurso possui quando levado mais a sério por alguns fãs. Por outro lado, o Manowar é conhecido por ter fãs extremamente fiéis, como pede o estilo.

A história começa com o personagem Roko-Loko indo dormir. Para relaxar resolve ouvir uma balada. O segundo quadro mostra um fã de metal extremo abrindo a porta com um pontapé e um machado na mão. Embora Márcio Baraldi não use a palavra “metal extremo”, sabemos que o invasor é um fã deste estilo pelas suas vestimentas e acessórios, com pulseira de pinos e correntes, além do colete de balas de fuzil e a roupa preta, itens comuns no gênero. No balão do invasor, desenhado para evidenciar um grito do personagem, encontramos uma tradicional saudação entre os roqueiros: “*Hail*”, seguida pela acusação de “traidor”. Afinal, o verdadeiro fã de metal não pode ouvir balada e, por isso, Roko-Loko deve ser punido pelo crime. Notamos também a agressividade do personagem pelos tipos de balões usados por Baraldi, indicada pelo formato dos balões de grito e na palavra destacada em vermelho (que remete à sangue).

Em seguida temos o julgamento, onde Roko-Loko é réu e o fã de metal extremo é acusação, júri, juiz e executor. Roko-Loko é considerado culpado por “não ter usado roupas pretas sob um calor de 40 graus, não ter sodomizado uma virgem, não ter invocado as legiões do inferno e pior de tudo... por ter RIDO!!!”. Neste quadro, Baraldi aponta o radicalismo existente no meio do *heavy metal*, criticando com humor o próprio meio, que em busca desta afirmação de identidade, acaba reproduzindo determinados estereótipos e se assemelhando aos movimentos que tenta negar.

O personagem que julga Roko-Loko continua com balões de grito, agindo agressivamente. As palavras destacadas por Baraldi remetem aos valores do meio mais radical e extremista, que julgariam não só Roko-Loko mas, também, o autor e seu humor: “CULPADO, PROIBIDO RIR!!!, NÃO RIA!!!”. Além disso, numa figura de metalinguagem, no quadrinho do meio, o inquiridor aponta o dedo para o leitor acusando-o do crime de rir da história: “E você que está lendo esta história, não ria!!! Ou será executado também!!!”. Roko-Loko permanece em posição passiva, com balões derretendo e suando, o que reforça esta ideia.

No último quadro, o fã radical está prestes a decapitar Roko-Loko, já que não é um “*true*” e, por isso, deverá ser decapitado pelo “machado *troll*, aqui nas florestas norueguesas.” Aqui, Baraldi faz referência também à uma crise de identidade que alguns fãs acabam tendo, agindo como se vivessem na mesma realidade de seus ídolos. “Q-Que florestas norueguesas?!? Estamos no Brasil, pô?!?”, comenta Roko-Loko.

Quando finalmente Roko-Loko será executado, a ação é interrompida por uma senhora que segura o machado prestes a decepá-lo. Só então descobrimos que o executor é apenas um garoto (Juninho), que é levado para casa pela mãe, puxado pela orelha. Descobrimos que o malvado executor de Roko-Loko é, ironicamente, “só um filhinho da mamãe” que vai para cama sem sobremesa. No último quadro, a revelação da mãe de Juninho, quando Roko-Loko diz ter perdido o sono, muda toda a história: “Ah, bota uma baladinha para dormir que é fatal! Meu filho sempre põe!”.

Nesta história, Márcio Baraldi usa o humor para criticar o próprio meio, evidenciando que, em

alguns casos, esta postura radical pode ser apenas uma fachada (ou uma representação que é acionada somente dentro do circuito do *headbanger*), uma tentativa de demonstrar uma pretensa identidade *underground* “true”. Nesse caso, quem se apresentou como “true” é na verdade um “falso”, de acordo com a própria definição do termo dada pelo fã de *heavy metal* da história (não ouvir balada). Este pode ser um exemplo do tipo de fã que Bauman (2005) chama de *déclassé*:

Como Jean-Paul Sartre afirmou de modo admirável, para ser burguês não basta ter nascido na burguesia – é preciso viver a vida inteira como burguês! Quando se trata de pertencer a uma classe, é necessário provar pelos próprios atos, pela “vida inteira” - não apenas exibindo ostensivamente uma certidão de nascimento -, que de fato se faz parte da classe a que se afirma pertencer. Deixando de fornecer essa prova convincente, pode-se perder a qualificação de classe, tornar-se *déclassé*. (BAUMAN, 2005, p. 56)

Aqui devemos considerar também que este “*poser*” age de acordo com os estereótipos que absorveu, acreditando que é um verdadeiro *headbanger*, quando reproduz intencionalmente estas atitudes, para reforçar a imagem de si mesmo para os outros. “Tão importante quanto a imagem que temos de nós ou que os outros têm de nós, é a imagem que nós imaginamos que os outros têm de nós” (LUSTOSA, 2011, p. 60).

Márcio Baraldi não critica aqui o fã de metal extremo, mas este pseudo-fã, caricato, que finge gostar de algo, mas vive mais pela aparência que pelo arrebatamento do estilo (Campoy, 2010). Embora não represente a totalidade dos fãs de metal, sendo o retrato de uma minoria dentro desta minoria, esta imagem acaba sendo generalizada, e representando a todos os fãs de metal para grande parte do público exterior ao meio do metal. A identidade do *heavy metal* vai além da imagem e da negação ao popular. Contrapondo-se àqueles que tratam a música como um produto alienável, uma “curtição” das horas vagas ou um som ambiente, Campoy (2010) ressalta que a cultura roqueira está ligada à rejeição ao *mainstream*, mas também aponta elementos que demonstram que essa afirmação da identidade vai além da simples negação mercadológica, que coloca a música como produto, descartável e/ou utilitária, sendo mais como um estilo de vida, um arrebatamento, onde busca-se estimular a circulação da música como um som “efetivo e significativo”.

Os praticantes do *underground* relacionam sua inserção neste espaço com um encantamento que o metal extremo teria lhes causado. Essa música ultrapassou a condição de produto; ela dotou-se de um significado a mais para estes ouvintes, para além de um bem comercializável. Ela se transformou em um sentido, em algo pelo qual quiseram se dedicar de alguma maneira, fazendo-a também, ouvindo-a em shows, produzindo esses shows e estimulando sua circulação. (CAMPOY, 2010, p. 38)

Na verdade, este discurso reflete o forte desejo dessa comunidade em promover determinada resistência cultural ao que eles identificam como modismo e consumismo (CAMPOY, 2010; SILVA, 2002; LEÃO, 1997), ou ainda, possivelmente, ao que Bauman (2005) chama de Modernidade Líquida, “uma “liquefação” das estruturas e instituições sociais”. Na identidade do *headbanger*, percebe-se uma busca pela solidez das estruturas sociais, numa incessante defesa da união dos “verdadeiros”, numa luta anti-modista, bem como a rejeição daquilo pelo que os outros desejam que você seja. Neste contexto, notamos também rejeição da autoafirmação e a negação das identidades anteriores ou que não sejam parte do status quo do *heavy metal* e da fluidez apontada por Bauman (2005), ou seja, daquilo que não consegue manter a forma por muito tempo, que muda constantemente.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

No trabalho aqui apresentado estudamos determinadas dinâmicas presentes nos processos identitários do *headbanger*. Para isso percorremos um breve histórico do movimento do *heavy metal* no Brasil, que se popularizou no país após o primeiro Rock In Rio, em 1985. Conhecemos também a revista especializada Rock Brigade que, de fã-clube, virou fanzine, depois cresceu, se tornando uma grande editora e gravadora do segmento.

Assim adentramos no cenário cultural em que Roko-Loko está inserido. Roko-Loko é o personagem das histórias em quadrinhos publicados na Revista Rock Brigade, assinadas por Márcio Baraldi. Na história “Morte ao Falso Metal”, acompanhamos o julgamento de Roko-Loko, acusado de não seguir ou preservar as características peculiares de um verdadeiro fã de *heavy metal*. A partir disso sugerimos uma reflexão sobre processos identitários na atualidade, tendo como foco a identidade e o circuito cultural do *heavy metal*, enfatizando os paradoxos entre as ideias de *underground* e *mainstream*.

Numa cultura onde a identidade tem sido cada vez mais fragmentada e fluida, notamos que, no circuito do *heavy metal*, há uma busca ou defesa por uma tradição. Apesar disso, a partir da história apresentada, observamos que a identidade *headbanger* é uma manifestação em constante transformação. O *headbanger*, apesar de contraditório, com valores que se confrontam entre as diversas identidades do seu grupo, possui alguns ideogramas profundamente enraizados. Entre eles, podemos citar a resistência à indústria cultural, identificada pelo segmento como oposta aos valores do *underground* e a existência de alguns estereótipos, hora negados com veemência, hora reproduzidos numa tentativa de se mostrar praticante do “real” *underground*.

Podemos observar que Roko-Loko não se preocupa em seguir os rótulos identitários que classificam os *headbangers* em falsos ou verdadeiros. Ele só quer curtir sua música em paz, sem se preocupar se está seguindo regras e valores ou desvalores radicais, que poderiam classificá-lo como falso ou verdadeiro entre os roqueiros, ainda que ele se oponha aos outros estilos comumente associados à indústria cultural, como funk, axé e sertanejo. Assim como seu criador, muitas vezes Roko-Loko critica a postura radical dentro dos subestilos do rock e por isso parece ser um alter ego de Márcio Baraldi. Mas, com sua camiseta amarela, tênis e jeans surrado pode ser também a expressão de uma identidade universalizada, representando qualquer fã de *heavy metal* e rock “n” roll.

Se a identidade é composta pela maneira como nos vemos e pela forma como imaginamos ser vistos pelo outro, percebemos que *headbangers* parecem se ver como sujeitos unificados pelo seu ideograma de “true”, ou verdadeiro *headbanger*. Uma vez comprometidos com tal identificação, precisam lutar continuamente pela sua defesa. Assim, como discurso identitário, o movimento do *heavy metal* é, ao mesmo tempo, transgressor e aprisionador. Podemos considerar o *heavy metal*, portanto, como um segmento que possui uma identidade de classe, onde evidencia determinadas expressões que, se seguidas, confirmam o fã como um verdadeiro entre aqueles que não seguem este código de conduta implícito.

REFERÊNCIAS

- ADORNO; HORKHEIMER. **Dialética do Esclarecimento: Fragmentos filosóficos**. Trad. Guido Antonio de Almeida. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.
- BAUMAN, Zygmunt. *Identidade: entrevista a Benedetto Vecchi/Zygmunt Bauman*. Tradução Carlos Alberto Menezes. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.
- BARALDI, Márcio. **Roko-Loko e Adrina-Lina. Hey Ho... Let's Go!** São Paulo: GRRR!..., 2009.
- CAMPOY, Leonardo Carbonieri. **Trevas sobre a luz: o underground do heavy metal extremo no Brasil**. São Paulo: Alameda, 2010.
- HALL, Stuart. Quem Precisa de Identidade?. In: SILVA, Tomaz Tadeu da (Org.). *Identidade e Diferença: a perspectiva dos estudos culturais*. Petrópolis: Vozes, 2005.
- HALL, Stuart. *A Identidade Cultural na Pós-Modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.
- LEAO, Tom. **Heavy Metal: guitarras em fúria**. São Paulo: Editora 34, 1997.
- LUSTOSA, Isabel. **Imprensa, Humor e Caricatura: a questão dos estereótipos culturais**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2011.
- OLIVEIRA JÚNIOR, Marcos Vinícius de Oliveira. **Do underground ao mainstream: uma etnografia do heavy Metal em Brasília**, 2008. 78 f. Monografia (Graduação em Ciências Sociais) - Universidade de Brasília, Brasília, 2008.

SILVA, Jaime Luis da. **O heavy metal na revista *Rock Brigade*: aproximações entre jornalismo musical e produção de identidade.** 2008. 128 f. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2008.

SILVA, Nadilson Manoel da. **Fantasia e Cotidiano nas Histórias em Quadrinhos.** 1. ed. São Paulo: Editora Annablume, 2002.