



## **Contracultura x Cauda longa: o movimento Hippie e seu legado <sup>1</sup>**

Claudilma Marques Mendes da SILVA <sup>2</sup>  
Karen Alves de LIMA <sup>3</sup>  
Krishnamurti Silva de LIMA <sup>4</sup>  
Lidiane Lopes da SILVA <sup>5</sup>  
Mirielle Katarine do Nascimento CAJUHY <sup>6</sup>  
Sara Raquel REIS <sup>7</sup>  
Luiz Adolfo de ANDRADE <sup>8</sup>  
Universidade do Estado da Bahia, Juazeiro, BA

### **RESUMO**

Este artigo realiza uma revisão bibliográfica buscando entender parte do cenário da Contracultura atual, seu público diversificado e herança dos movimentos passados – tendo como referência o movimento Hippie e seus ideais de protesto contra o estilo de vida da sociedade de consumo da década de 60. A teoria da cauda longa e cultura de nicho de Chris Anderson, assim como os conceitos de contracultura de Pereira e Marcelo Pimenta servirão de base para traçar um perfil da cultura alternativa contemporânea.

**PALAVRAS-CHAVE:** contracultura; cauda longa; nicho; hippie; underground.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 02 a 04 de julho de 2015.

<sup>2</sup> Estudante de Graduação 6º. semestre do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Multimeios da UNEB, email: [clau.marques@live.com](mailto:clau.marques@live.com)

<sup>3</sup> Estudante de Graduação 6º. semestre do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Multimeios da UNEB, email: [karenlima-@hotmail.com](mailto:karenlima-@hotmail.com)

<sup>4</sup> Estudante de Graduação 6º. semestre do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Multimeios da UNEB, email: [kris.silva@hotmail.com](mailto:kris.silva@hotmail.com)

<sup>5</sup> Estudante de Graduação 6º. semestre do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Multimeios da UNEB, email: [lili-lobes@hotmail.com](mailto:lili-lobes@hotmail.com)

<sup>6</sup> Estudante de Graduação 6º. semestre do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Multimeios da UNEB, email: [mirielle.cajuh@gmail.com](mailto:mirielle.cajuh@gmail.com)

<sup>7</sup> Estudante de Graduação 6º. semestre do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Multimeios da UNEB, email: [reis.sara@gmail.com](mailto:reis.sara@gmail.com)

<sup>8</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social - Habilitação em Multimeios da UNEB, email: [luizadolfoandrade@gmail.com](mailto:luizadolfoandrade@gmail.com)



## INTRODUÇÃO

Atualmente, o mercado de escolhas está cada vez maior e mais acessível, e a cultura de hits não é mais tão determinante nas escolhas do consumidor. Nessa infinidade de opções encontram-se as alternativas mais distantes do grande mercado e do marketing. Mesmo assim, essa linha de produtos alternativos não deixa de ser preferência de muitas pessoas, de diferentes lugares, nichos e crenças. Sendo assim, o que atrai admiradores nessa cultura alternativa, que chamamos underground? Como essas “opções alternativas” conseguem alcançar e abranger públicos distintos e distantes?

Nos primórdios, a contracultura era representada pelos ideais de paz e amor do movimento hippie nos anos 60 (auge da contracultura), o estilo sombrio e preferências obscuras dos góticos na década de 70 a 80 e os sarcásticos grunges nos anos 90. Mas quais as características da atual contracultura comum a indivíduos diferentes, de nichos distintos ou de nenhum em particular?

No livro *A cauda longa*, Chris Anderson coloca a cauda longa como o momento em que o desejo comum deixa de ser uma escolha feita de acordo com cada região e passa a ser adotado por indivíduos de origens diferentes com opiniões ou desejos em comum. Neste trabalho pensaremos esse conceito da seguinte forma: o desejo comum deixa de ser uma escolha feita por pessoas do mesmo nicho cultural e passa a ser abraçado por indivíduos de origens e tribos diferentes, mas com alguns objetivos e desejos em comum.

Partindo desse pressuposto, o objetivo deste artigo é analisar, através das mudanças sofridas ao longo da trajetória da Contracultura, até que ponto ela é a cultura de um nicho e em que momento o mercado de variedades e a indústria do entretenimento mudam esse cenário. A análise será feita com a comparação da ideologia do movimento Hippie dos anos 60 com a ideologia da cultura alternativa representantes da contracultura atual.

## CONTRACULTURA E CAUDA LONGA

Baseado nos estudos de Chris Anderson (2006), as escolhas infinitas nada mais são do que o processo de cauda longa. A classificação em grande escala de produtos variados ilimitados e acessíveis a todos, o que se resulta no público distribuído e



disperso nas maneiras e escolhas – Anderson salienta que devido às tais mudanças ocorreu a ascensão de uma grande cultura paralela e compartilhada. Essa passagem onde os paradigmas culturais começam a se transformar surge como grande desafio. A cauda longa, e as tecnologias que ajudaram a expandi-la deixa, sua marca como uma grande revolução de diversidade e escolhas de consumo, onde se convertem em correntes tribais de cultura de massa, mas não culturas diferenciadas e sim pequenas culturas que se entrelaçam umas nas outras de maneira complicada e denomina-se a cultura paralela.

Todos os aspectos da identidade humana, desde tamanho, compleição e cor da pele, até tendências sexuais e dotes intelectuais, se manifestam em ampla variedade. Quase todos nos aglomeramos no meio da maioria das distribuições estatísticas. Mas existem muitas curvas normais ou em forma de sino e quase todo o mundo se situa na cauda pelo menos uma dessas numerosas distribuições. Talvez colecionemos suvenires estranhos ou leiamos livros esotéricos, tenhamos crenças religiosas incomuns, usemos sapatos diferentes, sofremos doenças raras ou apreciemos filmes obscuros. (ANDERSON, 2006, pag. 124)

Anderson explica que a cauda longa converteu o mercado de massa em milhões de nichos. Desses nichos surgem movimentos contra culturais. Nesse pressuposto, definir o significado do termo “Contracultura” é necessário para que possamos conceituá-lo e introduzir o estudo do objeto, entretanto uma ressalva deve ser feita: ao fazermos isso estamos infringindo uma das suas regras, pois tal movimento surgiu como forma de mobilização e contestação social para a ordem contestadora vigorante conservadora que se apoiava na definição e formatação de tudo.

Assim sendo, a Contracultura nada mais é do que um movimento iniciado na década de 1960 – aproveitando as mudanças pelas quais a humanidade estava passando, visava contestar todos os valores habituais no caráter social e cultural. Muitos ainda se dividem sobre a real data de início do movimento visto que o Existencialismo de Sartre, dos anos 1940, já abordava pontos parecidos aos da Contracultura.

Uma das características mais importantes desse movimento foi a crítica feroz ao sistema capitalista e seus padrões de consumo sem freios. Dessa forma, os integrantes desse movimento formavam uma “sociedade fora da sociedade” com seus próprios estilos visuais e penteados que se tornaram símbolos de resistência.

Podemos apontar como exemplo dessa inimidade do movimento com o capitalismo, ainda na década de 50, um dos primeiros movimentos da “contracultura”



(ainda não devidamente definida com esse nome): a *Beat Generation*. Os “Beats” eram intelectuais jovens, na sua maioria artistas e escritores, que execravam o consumismo e a falta de pensamento crítico da sociedade.

“De um lado, o termo contracultura pode se referir ao conjunto de movimentos de rebelião da juventude [...] que marcaram os anos 60: o movimento hippie, a música rock, uma certa movimentação nas universidades, viagens de mochila, drogas e assim por diante. [...] Trata-se, então, de um fenômeno datado e situado historicamente e que, embora muito próximo de nós, já faz parte do passado”. [...] “De outro lado, o mesmo termo pode também se referir a alguma coisa mais geral, mais abstrata, um certo espírito, um certo modo de contestação, de enfrentamento diante da ordem vigente, de caráter profundamente radical e bastante estranho às forças mais tradicionais de oposição a esta mesma ordem dominante. Um tipo de crítica anárquica – esta parece ser a palavra-chave – que, de certa maneira, ‘rompe com as regras do jogo’ em termos de modo de se fazer oposição a uma determinada situação. [...] Uma contracultura, entendida assim, reaparece de tempos em tempos, em diferentes épocas e situações, e costuma ter um papel fortemente revigorador da crítica social.” (Pereira, 1992, p. 20).

Mais à frente, os festivais de Rock, juntamente com o consumo de drogas e a postura underground, atestavam a identidade jovem que, por meio de expressões artísticas, suas posições de alternatividade à vida comum eram claramente visíveis.

No que diz respeito às formas de pensar e agir, a contracultura, no início, era um pouco mais “rígida” em relação aos dias atuais. Isso decorre das facilidades que a internet proporciona, permitindo, como já foi dito anteriormente, a aproximação dos nichos e a mistura de tribos. Mas, além disso, a própria maleabilidade contracultural permitiu que o movimento chegasse ao que é hoje:

A marca da contracultura não é uma forma ou estrutura em particular, mas a fluidez de formas e estruturas, e perturbadora velocidade e flexibilidade com que surge, sofre mutação, se transforma em outra e desaparece [...]. Aqueles que fazem parte de uma contracultura se desenvolvem nessa região de turbulências. É o seu meio natural, a única matéria maleável o bastante para ser moldada e remodelada rapidamente o bastante para dar conta da velocidade de suas visões internas. (GOFFMAN e JOY, 2004, p. 1).

A contracultura atual, aliada ao novo mercado de nichos e os mecanismos das redes sociais, permite muito mais do que a junção de indivíduos que possuem afinidades, pois, abre espaço para que as pessoas escolham a quais nichos querem ter acesso e a



quais “tribos” querem pertencer. Assim, ao mesmo tempo em que se busca uma identidade construída através de conteúdos e comportamentos, busca-se também a maior variedade possível nesses itens, com o intuito de compartilhar cada vez mais culturas e ideais diversificados e heterogêneos. Esse fato, por um lado, concentra os grupos, e por outro, acaba globalizando os indivíduos.

### **A IDEOLOGIA HIPPIE**

O movimento Hippie é considerado o berço da contracultura. Levantando a bandeira da diferença social e cultural, reivindicava mudanças drásticas na vida social, pela valorização de espaços públicos como um espaço livre, pela liberdade de expressão, de escolhas religiosas, de uma vida mais tranquila e saudável, um meio de vida sem repressões e limitações das escolhas individuais.

O auge da Contracultura aconteceu quando os EUA entraram na guerra do Vietnã. A sociedade conservadora da época se calou e apoiou a intervenção do país na guerra. Mas essa não era a opinião dos jovens universitários e intelectuais do país, que acreditavam aquela ser apenas uma desculpa para exibir uma política de força ao mundo. A divisão de opinião pública nos EUA foi grande e gerou muitas críticas e protestos, tanto contra a intervenção militar, quanto aos valores da sociedade americana da época.

Uma das formas de contestação dessa sociedade foi tomada pelo movimento hippie, onde os seus adeptos – das mais diversas classes sociais, em sua maioria jovens – vestiam-se de uma maneira chocante para o americano médio. Deixavam crescer barbas e cabelos, usavam brim, trajes de algodão colorido, colares, pulseiras, abundâncias de anéis e passaram a viver em bairros separados ou em comunidades rurais. Rejeitando a sociedade de consumo industrial, viviam do artesanato e, no campo, da horta.

Segundo o jornalista Marcelo Pimenta, em artigo publicado na Contemporâneos, influenciado pelos beatniks, o movimento criticava o otimismo ilusório do *american way life*, adotando o uso de drogas como estimulantes mentais, a sexualidade como uma bandeira contra o moralismo, se aproximando dos ideais socialistas, sugerindo novas formas de política, pregando a igualdade e rejeitando a cultura de consumo desenfreado do capitalismo. Dessa influência também vem o interesse por doutrinas orientais, de onde o hippie traz o vegetarianismo, a prática da



meditação e o uso de plantas medicinais. Transgressores, não mantinham as regras esperadas de comportamento estabelecidas pela grande sociedade.

Os beatniks influenciaram a rebeldia hippie dos anos 60, que terá na figura do poeta e músico Bob Dylan a figura maior da cultura pop. Dylan uniu ao rock da época, uma preocupação inédita em fazer composições musicais com letras e poemas, tendo influência na contestação beat. Bob Dylan, o bardo camaleônico que sempre travou um embate contra a indústria cultural que por vezes tentou lhe “institucionalizar” como ídolo das massas, empregará a contestação folk no rock da década de 60 remodelando assim o próprio ritmo que nascera na década anterior e que contava como trilha juvenil por conta das letras pautadas em temas como carros, mulheres e diversão. (PIMENTA, 2010, p. 3).

### **MECANISMOS DOS SUBPRODUTOS DA CONTRACULTURA**

A cultura underground está focada, nas suas raízes, como uma forma de transformação da consciência, por meio de valores, normas e padrões de comportamento vividos em sua época. A ideologia hippie adotou essa cultura marginal com o intuito de contestar seu inconformismo e insatisfação, buscando uma nova realidade.

A partir disso, foram responsáveis por manifestações de repúdio à Guerra do Vietnã, deram força ao feminismo, em uma época que os métodos contraceptivos passaram a ser vendidos em farmácia, e à liberação sexual. Além de incitar, timidamente, manifestações em favor dos gays e à luta por uma sociedade igualitária, baseados em ideias anarquistas e socialistas. Ao somar esses acontecimentos com a expansão dos meios de comunicação de massa da década de 1960, observa-se a influência do movimento na Contracultura, pois "pela primeira vez, os sentimentos de rebeldia, insatisfação e busca, que caracterizam o processo de transição para a maturidade, encontram ressonância nos meios de comunicação" (Carvalho, 2002, p. 7).

Dentro da própria ideologia hippie, estava a forma de se vestir: simples, mas com cores chamativas. Eles faziam disso uma forma de ir contra o consumismo. Todavia, posteriormente, isso se tornou moda. Portanto, os movimentos jovens posteriores passaram a virar produto, através dos meios de comunicação:

A ruptura que era valorizada por diversas manifestações, incluindo a própria roupa, constituiu uma nova moda. Portanto, todos os movimentos jovens a partir da geração hippie passaram a virar produto devido à articulação entre meios de comunicação e de produção, fazendo com que a rebeldia passasse a ser um ponto positivo como publicidade e rentável ao mercado. (PIMENTA, 2010, p. 10).



Além disso, as músicas também passam a ser símbolo das manifestações e ícone de grupos que passaram a ser mercadejados também pela indústria. Dessa forma, as manifestações da cultura underground, por intermédio dos meios de comunicação de massa, ditavam o comportamento das massas, desde o que deveriam ouvir, ao que deveriam vestir e ao seu modo de vida.

Esse processo se repetiu com os góticos nas décadas de 70 e 80, com seu estilo sombrio e suas preferências literárias decadentes, envolvendo o niilismo e o hedonismo; e os grunges nos anos 90, caracterizados pelo sarcasmo e angústia no olhar inspirado pelo hardcore punk, pelo heavy metal e pelo indie rock, um paradoxo, se for analisar o final da década de 60, em que se vivia a diversidade das cores e a alegria das canções.

### **CONTRACULTURA EM REDE**

Ferramentas como blogs e outros sites de redes sociais que, a partir dos anos 2000, a população passou a ter maior acesso, possibilitaram o domínio da técnica para que os membros dos grupos da cultura Alternativa desenvolvessem e divulgassem seu conteúdo. Dessa forma, a propagação da cultura que, antes era divulgada através dos meios tradicionais de maneira homogeneizada, passa a ser descentralizada. A libertação da cultura de massa, que dominou o século XX, tem um novo modelo que está vigorando nessa era digital e que contempla a diversidade, pois está ligada diretamente com a contracultura.

A contracultura consegue modificar os meios de compartilhamentos culturais e, a teoria da cauda longa aborda justamente essa mudança. Conforme comenta Searls e Weinberger (2003):

Conectar à Internet é concordar em crescer o valor na periferia. E aí algo realmente interessante acontece. Todos estão igualmente conectados. A distância não importa. Os obstáculos desaparecem e pela primeira vez a necessidade humana de conectar pode ser realizada sem barreiras artificiais.

Essa transição de uma sociedade em massa para uma sociedade em rede está trazendo muitas transformações, uma revolução não só social econômica e política, mas também cultural. Observa-se a diminuição do monopólio da indústria da informação e da indústria cultural, mudando a lógica do mercado. Ou seja: a comunicação não está mais concentrada nos grandes polos, ela pode estar em qualquer lugar, desde que haja a produção de conteúdo e uma rede de compartilhamento para o mesmo.



Nesse cenário, a cultura alternativa, como uma forma de transformação cultural, passa a também ter um maior espaço.

O espaço em que se nutre a rebeldia política, sobre ele convergem e nele se encontram os que vêm do limite da miséria social com os que vêm da boemia, essa gente da arte que já não tem mecenas, mas que entretanto não entrou no mercado. Seu lugar de encontro é a taberna, e o que ali reúne operários sem trabalho, literatos e conspiradores profissionais, trapeiro e delinquentes é que ‘todos estavam em um protesto mais ou menos surdo contra a sociedade’. (BARBERO, 2009, p.85).

Ainda que com certa seletividade, o acesso às ferramentas de comunicação está ampliando as manifestações populares nos espaços dados nos meios de comunicação de massa, principalmente nas redes sociais, onde os participantes dos nichos culturais comunicam-se com o público sem a necessidade de uma mediação. Assim, o resultado de seu trabalho é exposto e possibilita a comercialização de seus produtos. Além disso, comunidades virtuais estão tornando-se espaços de debates sobre conteúdos undergrounds, subprodutos da contracultura, ampliando-se e conectando pessoas entre cidades, estados ou países, que compartilham dos produtos culturais.

De acordo com Marshal McLuhan (1969), a inserção de novas tecnologias modifica a forma dos indivíduos se relacionarem uns com os outros e com o mundo. Dessa maneira é possível considerar uma mudança nas relações de grupos sociais da contracultura, de modo que os seus produtos devem ser repensados a partir da análise desses novos mecanismos de divulgação e trocas de informação.

Nesse contexto, a teoria da cauda longa aborda que as pessoas estão deixando as mídias tradicionais, como rádio e televisão, para buscar meios que segmentem seu público. Essa segmentação é impulsionada através da facilidade para escolher o que acessar, aumentando o mercado de variedades, como cita o autor, o “mercado de nichos”, que está ganhando força e espaço em detrimento ao próprio “mercado de hits”, busca a divulgação para um grande número de pessoas e de conteúdos que possam ser consumidos em grande escala e em um curto período de tempo.

Assim, com a virada do século, esses tipos de movimentos foram desaparecendo, fator que ocorreu devido às tecnologias e às facilidades já mencionadas, onde as pessoas criaram pequenos grupos para falar sobre assuntos em comum, forçando à indústria do entretenimento a mudar.



Anteriormente, ela baseava-se em hits propostos por esses grandes movimentos, agora, aplicando a teoria da cauda longa, ela tem que criar ações intensas e diversificadas para nichos de mercados cada vez menores devido ao grande número de pequenos grupos. Nesse fenômeno, além desses grupos serem mais concentrados, observa-se que a venda dos hits é tão grande quanto a desses nichos, pois a massa deixou de ser apenas um único conjunto de pessoas.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Ao observarmos esse panorama da contracultura, surge um paradoxo: ela continua sendo representada por nichos, porém, propagou-se por diversos setores da sociedade e atinge muito mais pessoas. Isso se torna possível se levarmos em conta que a contracultura atual tem seus nichos cada vez mais próximos uns dos outros. Para pensar e vestir-se como alguém pertencente a uma tribo, não é preciso, necessariamente, pertencer a ela. Os nichos se misturam, formando um emaranhado de grupos que buscam afinidades – sejam elas de natureza política, social ou cultural.

Nesse processo de aproximação de nichos, as ferramentas que os sites de redes sociais proporcionaram tendem a ser fundamentais. As pessoas podem, em qualquer lugar do mundo, ter acesso a conteúdo que no espaço físico está localizado à distância considerável. Ainda assim, um determinado usuário pode gostar daquele conteúdo, optando por compartilhar, baixar ou simplesmente seguir o autor, recebendo assim suas atualizações. A partir do momento que alguém se identifica com usuários e o conteúdo por ele produzido, de certa forma, passa a “pertencer àquela tribo ou nicho”.

O presente estudo teve como objetivo promover uma breve revisão biográfica, buscando entender parte do atual cenário da Contracultura em interface com o modelo da Cauda Longa. A partir desta relação, foi possível perceber a herança dos movimentos passados, como o movimento Hippie e seus ideais de protesto contra o estilo de vida da sociedade de consumo da década de 60. Evidentemente, a discussão aqui proposta tem caráter introdutório, não esgotando as possibilidades acerca do tema “contracultura e cauda longa”. Por exemplo, o próximo passo a ser dado pode ser um análise mais detalhada sobre como ferramentas oferecidas por sites de redes sociais como Facebook, Twitter, Foursquare, Youtube, dentre outros, podem facilitar o consumo de produtos de acordo com o modelo da cauda longa.



## REFERÊNCIAS

ANDERSON, Chris. **A Cauda Longa**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

BARBERO, J. M. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.

CARVALHO, C. **Contracultura, drogas e mídia**. Intercom. Disponível em <[http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2002/Congresso2002\\_Anais/2002\\_NP13\\_CARVALHO.pdf](http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2002/Congresso2002_Anais/2002_NP13_CARVALHO.pdf)>. Acesso em: 30 jul. 2014.

GOFFMAN, Ken; JOY, Dan. **A Contracultura através dos tempos**. Disponível em: <<http://pt.scribd.com/doc/26027244/Introducao-e-Prefacio-do-livro-Contracultura-Atraves-dos-Tempos-de-Ken-Goffman-e-Dan-Joy-2004>>. Acesso em: 31 jul. 2014

PIMENTA E SILVA, M. **A contracultura e a imprensa alternativa: revolução social através da informação**. Revista Contemporâneos. Disponível em: <[www.revistacontemporaneos.com.br/n6/dossie8\\_contracultura.pdf](http://www.revistacontemporaneos.com.br/n6/dossie8_contracultura.pdf)>. Acesso em: 27 jul. 2014.

SEARLS, D.; WEINBERGER, D. **World of Ends**. Tradução Rainer Brockerhoff. Disponível em <[http://wiki.stoa.usp.br/Mundo\\_de\\_Pontas](http://wiki.stoa.usp.br/Mundo_de_Pontas)>. Acesso em: 16 jul. 2014.

ALIENADO. **Você conhece a cultura Hippie?**. Disponível em <<http://www.alienado.net/voce-conhece-a-cultura-hippie/>>. Acesso em: 16 jul. 2014.

SANTADROPS. **A indústria cultural como produto: engolindo a Contracultura**. Disponível em <<http://santadrops.wordpress.com/2011/04/01/a-industria-cultural-como-produto-engolindo-a-contracultura/>>. Acesso em: 27 jul. 2014.