

Como a Estratégia de Comunicação Constrói a Noção de Identidade do Selo Transtorninho Records¹

Julie Maria da Silva MARQUES²

Cristina Teixeira Vieira de MELO³

Universidade Federal de Pernambuco, Recife, PE

RESUMO

Este artigo procura apontar caminhos acessíveis de marketing e comunicação para bandas de rock, a exemplo do modelo de comunicação desempenhado pela banda Amandinho, de Recife, e de seu selo independente, o Transtorninho Records. Somado a isso, busca-se compreender como a produção cultural agencia noções de identidade, e a contribuição do trabalho de assessoria para reforço das características identitárias de gêneros musicais.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação Integrada de Marketing; Facebook; Identidade; Rock Independente; Transtorninho Records.

INTRODUÇÃO

O selo Transtorninho Records e a banda Amandinho são compostos pelo baixista Danilo Galindo; o cantor, guitarrista e baterista Felipe Soares; o baterista João Eduardo (Johnny) e o guitarrista Smhir Garcia. Dois maceioenses e dois recifenses. Os músicos formaram a banda em 2014, por influência de outras bandas de rock independente. Logo depois surgiu o selo virtual. As primeiras músicas da Amandinho foram gravadas em *home studios* precários, o que resultou no EP Coisas novas são assim, cheio de falhas e vozes desafinadas, com sonoridade de baixa fidelidade (*lo-fi*). O EP foi lançado pelo Transtorninho Records, *netlabel* criado para lançar seus próprios

¹ Trabalho apresentado no IJ 05 - Comunicação Multimídia do XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 29 de junho a 01 de julho de 2017.

² Estudante de Graduação do 9º. semestre do Curso de Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo na Universidade Federal de Pernambuco – UFPE. E-mail: juliemsmarques@gmail.com

³ Orientadora do Trabalho. Professora Pós-doutoranda do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Pernambuco – UFPE. E-mail: cristinateixeiravm@gmail.com

discos de forma independente, assim como os discos de outras novas bandas que também valorizam o underground como o único caminho de produção cultural, se afastando da lógica de grandes gravadoras. Um ano depois da formação, a Amandinho começou a fazer shows, e lançou o primeiro álbum, *Rugby Japonês*, em novembro de 2015. Até aí o selo havia lançado discos de bandas de Maceió, São Paulo, Taubaté, Curitiba, e atualmente totalizam 22 discos e EPs na Bandcamp, plataforma que possibilita download gratuito. O Transtorninho mantém contato próximo com outras bandas, selos e festivais pelo Brasil, numa partilha conjunta de sensibilidades estéticas e posicionamentos políticos. O selo atua principalmente pela internet, lançando discos de bandas novas, produzindo shows e turnês. Os eventos são custeados com a venda de discos, camisas, zines e com os ingressos dos shows, com valores entre 5 e 20 reais, e muitas vezes abertos à contribuição espontânea do público. Assim, com o apoio de selos, bandas e amigos de outras cidades brasileiras, eles conseguiram realizar em outubro de 2016 a turnê "Cruzada contra o rock de arena" da Amandinho, indo e voltando de carro até São Paulo, e parando para fazer shows em várias cidades.

Definir a Amandinho em relação a gêneros musicais exige atenção sobre como os valores e gostos são construídos e postos em diálogo por esta incipiente cena, ou "rolê", como eles fazem referência à rede de amigos e pessoas que incentivam e colaboram diretamente com a realização de shows e divulgação. O texto de apresentação da banda no Facebook não dá muitas pistas: "amamos a vida e só queremos tocar etc", enquanto o do selo usa poucos adjetivos para situar o público: "A Transtorninho Records é um selo feito por gente que gosta principalmente de música rock, mas também de esquisitices variadas em termos de som e imagem". Encontrar gêneros a que eles se vinculam só foi possível através dos releases de imprensa e dos textos produzidos por outros meios de comunicação, de maior alcance, para descrever o trabalho do quarteto. Entre os termos mais recorrentes estão *rock indie* (independente, que é mais uma atitude política em relação à música que um gênero estético), *emocore* (uma variação da sonoridade hardcore com letras que falam sobre emoções), *lo-fi* (baixa fidelidade das gravações, com ruídos, fruto da ideologia Do It Yourself e de um senso de urgência), além de referências às sonoridades das bandas de rock independentes dos anos 90, ao *punk* e ao *metal*.

Ao longo dos dois anos de existência, as referências trazidas a cada lançamento do Transtorninho Records foram se tornando mais diversas, depois dos lançamentos

mais recentes, como o disco "nada mais restará." da banda paulista Eliminatorzinho, de gênero *shoegaze*, em agosto, e o disco "Lado Turvo, Lugares Inquietos" da banda Máquinas, que tem composições mais minimalistas com elementos do *dub* e do jazz com os ruídos do *noise*.

1. Estratégias de comunicação

Em 2009 o pesquisador Daniel Galindo da Universidade Metodista de São Paulo desenvolveu em um artigo do livro *Comunicação Organizacional*, organizado por Margarida Kunsch, definições sobre a Comunicação Integrada de Marketing (CIM) e seu caráter multidisciplinar. A CIM é um conjunto de ferramentas e conhecimentos desenvolvidos pelos estudos de publicidade dos anos 80, quando se percebeu que a divulgação em massa estava perdendo força, enquanto surgia uma geração nova que não viveu as inquietações modernas de conflito de classe, e dava menos valor à coletividade, aos meios de massa, buscando produtos voltados a nichos, públicos específicos. O desafio da CIM é conseguir dominar os processos de produção de sentido das novas gerações, produzindo desejos, produzindo o consumo muito mais do que produtos para serem consumidos. Este pode ser considerado o panorama geral em que as gerações jovens atuais se encontram, cheias de ansiedades e de mentes fragmentadas.

A CIM envolve esforços de várias áreas da comunicação, utilizando ferramentas da publicidade, de relações públicas, jornalismo, para juntos poderem identificar o público alvo, persuadi-lo e fidelizá-lo, para prospecção da marca. É um trabalho árduo que exige sintonia com o próprio produto e sua capacidade de produção. A grande sacada da Comunicação Integrada de Marketing é usar dos acionamentos dos ideais e identidades que giram em torno de cada geração, no desafio de corresponder aos desejos e ansiedades dessas pessoas, produzindo símbolos junto com o público, como defende Galindo:

"(...) compete as organizações, reconhecerem o seu papel de comunicadoras e resgatarem a atividade de relações com os seus públicos, pois é na sensibilidade de que tudo comunica e significa que o estabelecimento de contatos com os diversos públicos não podem ser apenas uma articulação de meios ou de possibilidades, mas sim de transmissão de uma filosofia corporativa em cada ponto de contato, que traduz e amplia a imagem de marca das organizações" (GALINDO, 2009, p. 203-204)

O trabalho de assessoria e mídias sociais do Transtorninho e da Amandinho se preocupa com os horários de postagem que possibilitam maior alcance de visualizações,

com a estética do texto, e com a clareza da informação. A assessoria de comunicação contribui para formação da identidade da banda enquanto marca, pois é dos textos de divulgação que a grande mídia pesca as palavras chaves na tentativa de definir o que é que está acontecendo, e acaba muitas vezes formando rótulos e estereótipos sobre as bandas e os gêneros.

Por isso é importante sempre contextualizar historicamente a banda e seu lugar na sociedade. O discurso do selo do "o underground como o único caminho", ou "você não precisa foder ninguém para sobreviver" é possível graças ao acesso dos integrantes ao conhecimento de bandas e artistas do mundo todo que também desenvolveram esta política do DIY, de fazer o melhor trabalho possível com os meios que ele dispõe.

Eles aliam os gostos pessoais às habilidades profissionais desenvolvidas paralelamente, como Felipe Soares e Danilo Galindo que estudaram jornalismo, João Eduardo que estudou design e Smhir Garcia que fez mestrado em vertentes comportamentais da psicologia (avessa às vertentes psicanalíticas). Além disso, os amigos de infância Felipe e Smhir já tocaram em muitas outras bandas em Maceió, desde bandas autorais até banda cover dos Beatles. Tudo isso acabou refletindo na atitude política, na concepção das letras, na estética da Amandinho, e também no trabalho de divulgação.

2. Análise das postagens

Para realização dessa pesquisa, foi analisado o discurso de 10 postagens da fanpage da banda Amandinho, e mais 6 da fanpage do selo Transtorninho Records. Os posts foram coletados num período de 6 meses (do começo de março até o final de outubro de 2016), em datas próximas a eventos: divulgação de shows, turnês, lançamento de álbuns, e datas comemorativas; salvo algumas exceções onde o conteúdo do texto se sobrepôs aos critérios de seleção, em relação aos objetivos da pesquisa.

2.1. Discurso sobre o próprio funcionamento e estratégias de divulgação

No dia 07 de junho de 2016 a página do Transtorninho Records compartilhou com ícones de coração uma postagem diretamente da página do selo Bichano Records, amigos do Rio de Janeiro [post 2], divulgando um link reunindo dicas para novos selos independentes lançarem discos, fazerem *streaming*, *social media* e *mailing*. Inicialmente, isto demonstra o domínio que estes selos têm das práticas de divulgação,

que é feita por eles mesmos. O exemplo mais evidente disso é a postagem de comemoração de dois anos de Transtorninho [post 1], publicado no dia 01 de agosto. O texto articulava três informações importantes: ao mesmo tempo que era uma comemoração dos dois anos de atividade, o selo estava lançando uma banda nova, Infante, e a nova plataforma online, www.transtorninhorecords.com. Envolvendo humor e afeto nos agradecimentos, o texto feito pelo vocalista Felipe Soares quebra em dois momentos a estrutura do release, retornando a essa estrutura com uso de metalinguagens e reflexões sobre a necessidade de seguir padrões. Além disso, explicava um pouco do funcionamento do Transtorninho como um *netlabel*:

"nos atemos à internet, falando diretamente com dites especializados em divulgar novos sons, mandando e-mails, inboxes no Facebook... (...) Às vezes alguém nos pergunta o que fazemos na Transtorninho, e é basicamente isso, além de passar o dia todo um xingando o outro e pensando em como podemos ser menos inúteis para o mundo."

2.2. Política e educação

Atitudes como as do item anterior, de deixar claro como é o funcionamento, e brincar com as estruturas, fazem parte de uma conduta exercitada e defendida por eles em todas as práticas da banda e do selo, desde a letra das músicas até a realização dos shows.

Essa conduta pode ser observada no discurso da postagem comemorativa dos dois anos [post 01], quando eles falam em "ingressos baratos, lugares acessíveis e não-intolerantes e autonomia para produzir a timbres e rifes mais pesados" como princípios, mas também numa publicação do dia 13 de abril [post 3], na divulgação do lançamento da segunda edição da *Born to zine*. O formato da zine é conhecido como uma mídia independente comum em cenas *punk*, que reúne textos políticos, artísticos e conteúdo visual, tudo impresso e distribuído precariamente em formato de xerox. Neste caso, a *Born to zine* é virtual, reúne materiais de pessoas de vários estados, e é organizada por Shilton Roque, vocalista da banda hardcore Born to Freedom, de Natal. O texto de divulgação destaca o papel político da publicação, onde "Fala-se sobre poesia, racismo, colonialismo, polícia, economia, futebol moderno, feminismo, higienização social, torcedor-cliente", e valoriza as informações presentes na revista como parte de uma prática transformadora.

Por isso o discurso da banda também reforça a importância de se tomar uma atitude e dominar o conhecimento, fazendo a educação ser parte de uma conduta política pessoal. Na publicação da Bichano Records [post 2] citada no item anterior, está o

recado: "Copie, adapte, leia, pesquise, compartilhe conhecimento. Faça você mesmo", muito parecido como o texto da publicação do dia 15 de abril na página do Transtorninho [post 4]: "informe-se. leia. discuta. não seja besta. não vai ter golpe", onde eles se posicionaram politicamente sobre o processo de *impeachment* de Dilma Rousseff, assinando o manifesto de *Blogs, selos e artistas contra o golpe*.

2.3. Anseios e afetos

Outro discurso muito reforçado nos textos das redes sociais do grupo é a importância da superação de medos e da importância dos amigos e das identificações que o trabalho do selo e da banda proporcionam. Isto já fica claro na divulgação da *Born to zine* [post 3], quando o texto já começa falando que "perceber que não estamos sozinhos é sentir que ainda há esperança" e mais a frente valoriza a "atitude mental positiva" presente na diagramação e finalização da zine. Outra postagem em que isto fica claro é a do lançamento do disco "Lado Turvo, Lugares Inquietos" da *maquinas*, banda de Fortaleza [post 6], que também tem uma relação afetiva forte com a Amandinho. No texto, além da definição dos integrantes da banda como "esses caras que a gente gosta tanto", está destacado o trecho do release que diz:

"Lado Turvo, Lugares Inquietos pode ser visto por muitas pessoas como um álbum carregado, sombrio e até deprimente, mas defini-lo assim seria insuficiente. Se trata de superar ansiedades e estar disposto a enfrentar e espantar nossos sentimentos negativos"

Na postagem de divulgação de um vídeo feito por um fã da música Lacrou [post 12] o discurso da Amandinho gira em torno da facilidade que eles tem, socialmente, para produzir conteúdo, e o texto desenvolve a ideia da beleza de se passar uma mensagem para outras pessoas e os novos sentidos construídos quando os fãs produzem conteúdos novos a partir das músicas, finalizando com a ideia de que a relação com as outras bandas não é de competição, mas de diálogo e construção coletiva.

2.4. Identidades acionadas

Nesta categoria estão reunidos acionamentos de gêneros musicais, territorialidades, elementos estéticos da música e dos próprios textos, que também estão ligados a uma comunidade de gostos produzidos pela socialização através da internet. Apesar de apenas este item tratar da definição de identidade, todas as outras 3 categorias são elementos acionadores de símbolos compartilhados como formas de se enxergar e se situar no mundo, como define Jéder Janotti Jr.:

"Pensar as 'identidades culturais' vividas nas cenas como 'estilos de vida' é perceber as íntimas relações que envolvem práticas de consumo, fruições estéticas e identificações sociais em torno do que é nominado de diferentes modos como 'cenas musicais'" (JANOTTI JR, 2014, p. 107)

A referência dada a gêneros musicais aparece em algumas publicações pontuais como parte da produção de conteúdo para alimentar a página da banda, principalmente. No dia 08 de setembro foi publicado isoladamente um gif animado de selfies dos integrantes com um verso da música "Panque da zapim" da banda *caxabaxa*, de São Paulo [post 9], banda meio *punk* meio *pop* que é formada por um integrante da Polara, banda que influenciou bastante a Amandinho, definida como *roquinho* na sua fanpage, e que acabou em 2007, e outro da banda Cansei de Ser Sexy, mais *pop*, um pouco mais distante. Já no dia 26 de setembro eles postaram a o clipe da música Caitlyn, da banda *real emo* Jank [post 15]. São os momentos em que eles se ancoram mais diretamente em relação a identidades estéticas musicais, apesar das bandas referenciadas já trazerem em si novas e diversas referências.

Em relação a referências estéticas visuais, as mais características e recorrentes são relativas a uma partilha de gostos criados especificamente por adolescentes da internet no início dos anos 2000, como os próprios integrantes da banda e a maioria dos amigos, que criaram esse repertório visual a partir de jogos virtuais, de uma época que as figurinhas (emoticons, emojis) não eram tão difundidas, e das artimanhas que o jovem desenvolve para baixar conteúdo gratuitamente na internet. Exemplo disso é o post da turnê da Amandinho [post 11], com a arte gráfica em pixel art, com as caricaturas dos integrantes, feita pela designer Iara Adeodato, e dos ícones utf-8 presentes ao longo do texto. Diferentemente de figurinhas comuns, esses ícones são códigos e não imagens, que existem na maioria dos softwares de computador e não precisam de um site específico, como uma rede social, para ser representado graficamente. O utf-8 era mais popular quando ainda não haviam os emoticons e emojis, e está presente no texto de várias postagens, como o coração preenchido no dia 7 de junho [post 2] que divulga as dicas de comunicação para novos selos independentes; as estrelas e flores da postagem de divulgação da banda potiguar Bear Fight [post 5]; e até no título do post de comemoração dos dois anos [post 1]. As partilhas identitárias da juventude da internet também está presente no post 5 e no post 1 quando eles dizem "Baixe o disco totalmente ILEGAL neste link", usando plataformas como a *Mediafire* e *Megaupload*, conhecidas por hospedar conteúdo pirata, para download dos discos do selo.

Em relação à territorialidade, a banda que é nordestina e toca rock teve a publicação de divulgação do disco da Bear Fight [post 5] com a descrição "Emo de praia" que aponta pra a contradição entre local e global presente nas discussões básicas sobre identidade, desde Anthony Giddens. A rede da Amandinho e Transtorninho se articula com várias bandas e cenas nordestinas que fazem rock, apesar de não dialogar tanto com as cenas *pós-mangue* recifenses. Exemplo mais evidente disto é a divulgação do link da plataforma online Catraca Livre elencando a Amandinho como uma das "Bandas de rock pernambucanas que todo mundo precisa conhecer" [post 10]. A lista composta por seis outras bandas, como Tagore, Mabombe e Zeca Viana, é compartilhada pela página da Amandinho com um vago e provavelmente irônico "kkkkkkkkk".

No mais, entre as diversas referências identitárias acionadas, algumas mais pontuais chamam atenção. Umas mais discretas, como as referências ao uso de maconha, como "os muleque que vão às 4h20 pra praça de casa forte todos os dias" nos agradecimentos do lançamento do clipe de "Storm" em 20 de abril [post 13], música do próximo disco da Amandinho, e na divulgação do show da banda chinesa Little Monster com uma imagem não relacionada de um integrante da banda *gorduratrans*, do Bichano Records, usando a camisa da banda recifense de post-rock Kalouv e segurando uma tocha de fogo acesa, e a frase "e como não podia deixar de ser hoje é abertura da olimpiada venha acender aQUELA tocha com a gente kkkkkkkk" [post 8]. Outro acionamento interessante é o uso de uma imagem que ensina a usar o cadarço do tênis como um pentagrama, símbolo de "forças ocultas" muito usado por roqueiros, na postagem do dia 31 de março [post 16], divulgando a agenda de shows do mês com o título "Dicas de Moda", nome da segunda faixa do disco Rugby Japonês, para divulgar a agenda de shows do mês.

A maioria dos posts aqui elencados tem elementos de humor, e um humor auto depreciativo, de rir de si e não se levar a sério, mesmo quando o assunto é bem importante. É o caso do texto publicado no dia 02 de agosto de 2016 [post 7] pela página da Amandinho, onde eles usam os termos "enchendo o saco de diferentes pessoas", " SOM MEDÍOCRE ", " metido a JOVEM", " PODRE", "todos se venderam ao DEUS mercado", "essa VIAGEM HORROROSA" sobre o próprio trabalho para divulgar a venda de camisas que iria custear a turnê *Cruzada contra o rock de arena* que aconteceu em outubro e novembro de 2016. No post oficial da turnê [post 11], eles também usam deste humor: "se você ESTRANHAMENTE quer que a gente toque na sua cidade e ela nao está na lista, é só falar com nós", para divulgar "essa desgraça que envolve pessoas de short, rock e juventude..... kkkk somos ridículos".

Numa publicação de 20 de setembro [post 14], a Amandinho compartilhou o vídeo documental "AMANDINHO EXPERIENCE 2K16", gravado pelo sergipano Vitor Daniel, dono da página Capitão Ahab, que publica vídeos feitos por ele com músicas de bandas independentes brasileiras. É o mesmo rapaz que fez como fã o vídeo da música Lacrou citada no item dos afetos [post 12] em 17 de maio, e que a essa altura já tinha se aproximado da Amandinho, acompanhando eles em viagens pelo nordeste para fazer shows, o que resultou neste vídeo. O título do texto de divulgação na fanpage da banda é "*SE VOCÊ NÃO GOSTA DE BESTEIRA, VÍDEO BESTA CHEIO DE PIADA SEM GRAÇA E MUITO AMADORISMO - MT MESMO - NÃO ASSISTA, OU, SE QUISER, ASSISTA PRA PASSAR RAIVA*", seguido pela descrição da amizade com Vitor, que começou pela internet, a descrição do trabalho dele "uma camera roubada e um software de segunda num pc de 32bits - pra quê mais, né?" e muito afeto: "com vocês, um vídeo lindo sobre um monte de sentimento que não dá pra explicar direito <3".

Isto é interessante do ponto de vista da auto-identidade que eles criam e reforçam ao longo de todo o trabalho. Jeder Janotti Jr. fala da identidade das cenas como noções de si, assim como definiu Giddens, e é curioso situar a Amandinho nesta noção de si depreciativa, assim como situar toda a construção simbólica deles com o público neste panorama cômico e difuso.

Para Anthony Giddens, vivemos em uma época de "auto-identidade", que, "[...] em outras palavras não é algo simplesmente apresentado, como resultado das continuidades do sistema de ação do indivíduo, mas algo que deve ser criado e sustentado rotineiramente nas atividades reflexivas do indivíduo." (2002, p. 54). Essa "reflexividade" está próxima do que denominamos aqui "afinidades coletivas", isto é, possibilidades de ancoragens de experiências nas cenas musicais. Cada participante de uma cena musical vai acoplar suas vivências à sensação de partilha nas encenações da sonoridade e da afirmação ideológica das territorialidades como "performances de gosto". (JANOTTI JR., 2014, p. 69)

3. Considerações finais

É importante destacar que, como qualquer outra categorização, as postagens acima relacionadas estão em transição contínua entre todas as categorias de análise, tendo estas sido criadas na tentativa de isolar elementos e descrevê-los. Por isto mesmo, tal tarefa se mostrou próxima da inviabilidade em diversos momentos, pois o formato dessa forma de divulgação adotada pelo Transtorninho e pela Amandinho não tem uma apresentação sistematizada que propicia o estudo acadêmico dela, e os símbolos postos em jogo são pulverizados numa gama de valores e suposições de representações para

uma comunidade imaginada pela pessoa que decide pesquisar e analisar algo que também lhe toca o campo do afeto.

E talvez a própria noção de identidade de cenas musicais passe por esta fragilização, no sentido de que é praticamente inviável estabelecer uma forma homogênea de construção de sentidos coletivos a partir dos gostos de todas as pessoas que formam o "rolê", visto que desde a célula menor da cena, a banda possui integrantes com gostos que apontam para vários lugares, com a convergência comum a eles direcionada pelo desejo de trabalhar e fazer música. Ampliando para a relação com outras bandas, as "partilhas do sensível", como cita Jeder Janotti Jr., se tornam ainda mais difusas. Como seria então esta noção de identidade de cena se levarmos em consideração as pessoas que vão para o show, com suas diversas motivações?

Ao mesmo tempo, situar toda a movimentação provocada pelo trabalho destes rapazes no tempo e espaço passa por este trabalho estratégico de definição, que é necessário para divulgação na mídia. É essencial saber quais sonoridades, elementos estéticos e políticos são importantes evocar.

Como fruto de sua criação nordestina, classe média, nascidos no final do século XX, e sendo todos homens, os rapazes do Transtorninho desenvolvem com radicalidade os domínios que dispõem das diversas ideologias e dos processos coletivos de formação de sentido, no que diz respeito aos meios produção de arte. Para eles, incentivar é essencial, é urgente fazer o que se sabe com o que se tem. O DIY seria a principal identidade evocada aqui, vinculada a processos de globalização através da internet.

Exemplo semelhante é a cena de rap de Recife que gira em torno dos nomes da produtora independente RaPsy e do Espaço Cultural Arvoredo. Eles se comunicam com jovens recifenses de periferia que estão no Facebook e no Youtube, divulgando bandas, como a Chave Mestre e o rapper Diomedes Chinaski, e realizando festas e shows. O grande desafio é sobre como chegar ao público em potencial do seu trabalho, quando os grandes meios de comunicação, de uma forma geral, estão vinculados a grandes gravadoras que só se interessam sazonalmente por gêneros que estejam na moda e gerem lucro. Quando não há mais a MTV para veicular produtos alternativos e independentes, a solução é jogar com elementos da cultura de massa, provocar deslocamentos de estilos e gêneros, e promover troca de ideias entre as pessoas, fazer amigos, explorando os limites de aproximação e distanciamento desta partilha sentimental de gostos.

Esta discussão passa pela necessidade de políticas de inclusão digital, que significa incentivar o desenvolvimento do conhecimento, da auto consciência do indivíduo na sociedade, da consciência sobre as identidades impostas sobre ele, e da propriedade de seu discurso.

Uma frase recorrente no discurso dos integrantes da Amandinho e do Transtorninho em textos e entrevistas é "você não precisa foder ninguém para sobreviver", ("You don't have to fuck people over to survive"), retirada de uma ilustração da revista de quadrinhos e artes gráficas World War 3, e que está na contracapa do disco solo de Felipe Soares (Afraid of Width, 151515), lançado pelo Transtorninho em outubro de 2014. Ele faz parte de uma parcela de jovens de classe média que pôde desenvolver na infância e adolescência o gosto por HQs e chegar até trabalhos de maior impacto político, como quadrinhos autobiográficos, jornalísticos e revistas como a World War 3. Graças ao fenômeno global da internet, a Amandinho e o Transtorninho Records podem manter contato com outros jovens do país inteiro que também possuem seus vinte e poucos anos, e conhecer as partilhas sentimentais básicas da geração. Assim, é possível a eles saber quais informações buscar, o que ler, pelo que discutir, lutar e resistir.

Postagens

[post 1] - 01 de agosto - Transtorninho Records: Texto de comemoração de dois anos de atividade <<https://www.facebook.com/transtorninho/posts/529832200549289>>

[post 2] - 07 de junho - Transtorninho Records: Dicas de funcionamento e divulgação para novos selos <<https://www.facebook.com/transtorninho/posts/509303112602198>>

[post 3] - 13 de abril - Transtorninho Records: Born to zine
<<https://www.facebook.com/transtorninho/posts/488127641386412>>

[post 4] - 15 de abril - Transtorninho Records: Blogs e selos contra o golpe
<<https://www.facebook.com/transtorninho/posts/489032834629226>>

[post 5] - 27 de julho - Transtorninho Records: Bear Fight, emo de praia
<<https://www.facebook.com/transtorninho/posts/527730740759435>>

[post 6] - 30 de maio - Transtorninho Records: Lado Turvo, Lugares Inquietos, *maquinas* <<https://www.facebook.com/transtorninho/posts/505615249637651>>

[post 7] - 02 de agosto - Amandinho: Venda de camisetas para custear a turnê
<<https://www.facebook.com/amandinho/photos/a.754857681238989.1073741828.752225848168839/1171353186256101/?type=3&theater>>

[post 8] - 05 de agosto - Amandinho: Show da Little Monster (China), tocha,

gorduratrans, Kalouv

<<https://www.facebook.com/amandinho/photos/a.754857681238989.1073741828.752225848168839/1173297572728329/?type=3&theater>>

[post 9] - 08 de setembro - Amandinho: gif com música da *caxabaxa*

<<https://www.facebook.com/amandinho/posts/1201743353217084>>

[post 10] - 13 de julho - Amandinho: Lista do Catraca Livre

<<https://www.facebook.com/amandinho/posts/1157585327632887>>

[post 11] - 15 de setembro - Amandinho: Turnê - Cruzada contra o rock de arena

<<https://www.facebook.com/amandinho/posts/1207885159269570>>

[post 12] - 17 de maio - Amandinho: Vídeo da música Lacrou feito por fã

<<https://www.facebook.com/amandinho/posts/1121146527943434>>

[post 13] - 20 de abril - Amandinho: Lançamento do clipe de Storm

<<https://www.facebook.com/amandinho/posts/1103968559661231>>

[post 14] - 20 de setembro - Amandinho: Amandinho Experience 2k16, Vitor Daniel

<<https://www.facebook.com/amandinho/posts/1211657532225666>>

[post 15] - 26 de setembro - Amandinho: JANK, Caitlyn

<<https://www.facebook.com/amandinho/posts/1216551145069638>>

[post 16] - 31 de março - Amandinho: Lace your shoes into a pentagram

<<https://www.facebook.com/amandinho/photos/a.754857681238989.1073741828.752225848168839/1090727500985337/?type=3&theater>>

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

JANOTTI JR, Jeder. **Rock Me Like the Devil**: A assinatura das cenas musicais das identidades metálicas. 1 ed. Recife: Livrinho de papel finíssimo, 2014.

GALINDO, Daniel dos Santos. **A comunicação integrada de marketing e o seu caráter multidisciplinar**. In: KUNSCH, Margarida M. Krohling (org.). Comunicação Organizacional: histórico, fundamentos e processos, volume 1. São Paulo: Saraiva, 2009.