

A negociação manguebeat: cultura pop, mídia e periferia no Recife contemporâneo

Carolina Leão

Da fusão de ritmos regionais (maracatu, samba, coco, ciranda) com o pop (funk, rock, *soul*, black, hip hop, punk), desenvolveu-se o manguebeat – síntese musical que expõe um tipo de sincretismo de ritmos e a interação deles com as diversas culturas do globo. O tambor tribal juntou-se à guitarra e aos amplificadores norte-americanos. A tentativa era universalizar esses elementos nacionais, com o intuito de mostrar e criar uma nova cena para o mundo, conectando o Brasil com o cenário pop mundial, e estabelecendo, por fim, um diálogo com as manifestações artísticas que trouxeram à tona um Brasil cosmopolita como o Movimento Antropofágico e a Tropicália.

Em 1992, o jornalista e músico Fred 04, vocalista e líder da banda Mundo Livre S/A, um dos principais representantes do manguebeat juntamente com Chico Science & Nação Zumbi, redige um *press release* que vem sintetizar as idéias dessa nova geração de artistas. Intitulado *Caranguejos com Cérebro*, o release logo se transformou em “manifesto”, através da crítica musical (principalmente do Caderno C do *Jornal do Comércio*) e chegou aos jornalistas causando uma euforia coletiva na imprensa pernambucana. Dividido em três partes, o conceito, a cidade e a cena, o pequeno texto foi lançado um ano antes de Chico Science e Nação Zumbi editar o seu primeiro álbum, *Da Lama ao Caos*.

O *release* toma o ecossistema da cidade como metáfora e subverte os seus princípios ecológicos ao desgaste físico e cultural da metrópole recifense. Articulado ideologia política e estética, o manifesto traça uma visão de um incipiente pólo de comunicação no Recife e contextualiza-o em um cenário recortado pelas transformações das metrópoles na contemporaneidade. O texto reúne três breves conceitos relativos à cultura do mangue (vegetação típica da cidade) que contêm implícitas referências ao período histórico marcado pela informatização e pelo capitalismo neoliberal. No citado “manifesto”, Fred 04 explica o manguebeat da seguinte forma:

Em meados de 91, começou a ser gerado e articulado em vários pontos da cidade um núcleo de pesquisa e produção de idéias pop. O objetivo era engendrar um “circuito energético”, capaz de conectar as boas vibrações dos mangues com a rede mundial de circulação de conceitos pop. Imagem símbolo: uma antena parabólica enfiada na lama.

O tom do texto é de urgência como pretendem ser os manifestos de uma forma geral. Como argumenta Fred 04:

O desvario irresistível de uma cínica noção de “progresso”, que elevou a cidade ao posto de “metrópole” do Nordeste, não tardou a revelar sua fragilidade. Bastaram pequenas mudanças nos ventos da história, para que os primeiros sinais de esclerose econômica se manifestassem, no início dos anos setenta. Nos últimos trinta anos, a síndrome da estagnação, aliada à permanência do mito da “metrópole” só tem levado ao agravamento acelerado do quadro de miséria e caos urbano.

Sob o fundo da trilha sonora composta por Chico Science & Nação Zumbi, Recife passa a ter uma visão mais panorâmica da sua cultura urbana no contemporâneo. Nem popular, nem elitista; nem (ainda) massificada ou mitificada. Logo, um dos mais famosos slogans políticos das manifestações estudantis do Maio de 68, inspira o desenho de uma das primeiras camisas da cena cultural que ficou conhecida como manguebeat: “Sous le pavés, la plage”. Um caranguejo exibia suas patas tomando o asfalto da cidade “dos habitantes silenciosos”, como outrora definira Gilberto Freyre. Sobre a cidade, o mangue. A vegetação e os elementos do manguezal surgem reproduzidos nas telas de camisetas, enquanto um narrador performático, Chico Science, faz o anúncio de uma nova manifestação social que transformará os conceitos ideológicos existentes na cultura nordestina.

Dada a intervenção da cena manguebeat no âmbito da música pop, algumas transformações passam a ser percebidas, também, no espaço social. Colocando esse jovem modelo artístico dentro do circuito da cultura de massa, o manguebeat destaca as mudanças pelas quais a cidade do Recife começa a ser conhecida e reconhecida como um pólo cultural urbano e fomentador de música pop. Socialmente essas mudanças também afetam a antiga representação feita do Nordeste e pelos artistas e intelectuais nordestinos nos meios de comunicação. A partir desse momento, os intelectuais que construíram o suporte para a criação de uma “mitológica cultura nordestina”, de Gilberto Freyre a Ariano Suassuna, vão cedendo seu espaço midiático aos jovens articuladores culturais, que resolveram colocar o caos e as maravilhas da cidade numa narrativa pop.

Recife: um verdadeiro caleidoscópio de culturas cujo aspecto visual nos remete aos grandes centros urbanos da pós-modernidade, nos quais a relação entre tradição e tecnologia é exposta no espaço social. Nesse mercado global de estilos, vemos outdoors eletrônicos disputando sua visibilidade com fotos de um caboclo do maracatu rural coladas nos muros da cidade. Outdoors exibem elementos da cultura popular, enquanto os casarios do Recife antigo são reformados para abrigar o público

noctívago, consumidor de uma tradição reformulada para vender uísque, soda e diversão. Como continuar, portanto, exaltando a cidade em meio à transformação do espaço urbano e de um novo estilo de vida comungado pelos jovens cidadãos recifenses?

Dessa forma, o manguebeat tenta se colocar como contraponto de outros estilos e movimentos culturais nordestinos. Recife passa a ser, portanto, um dos principais expoentes de uma nova “comunidade imaginada” (HALL, 1998: 17) que ressalta as várias características da cidade brasileira imersa na cultura pós-moderna. E dela se desenvolve um novo discurso sobre a identidade nacional surgido das zonas periféricas, de movimentos sociais que contestam e transgridem as diversas representações institucionalizadas da cultura nordestina através do Estado de Pernambuco.

O manguebeat respondeu de outra forma ao partidário discurso cultural brasileiro que se caracterizara por excluir ou o nacional ou o estrangeiro. Chico Science & Nação Zumbi destituiu a cana-de-açúcar da época da colonização como símbolo nacional e adotou a diversidade dos manguezais. O que corresponde a uma visão ou teoria mais ampla sobre a dinâmica da globalização: as culturas monolíticas (metaforizadas pela monocultura da cana-de-açúcar) não poderiam ser tomadas como suporte de uma sociedade que funcionava com uma sobrecarga de informações tecnológicas, conceituais e visuais.

Logo, os projetos culturais e artísticos da identidade nacional brasileira são “mixados” a estas várias experiências heterogêneas como um processo natural, conseqüente da própria quantidade de informações que os seus produtores recebem como cidadãos pertencentes a um mundo globalizado. Há uma abertura cultural, nas manifestações sociais, que vem absorver o universal e uni-lo ao local. Dessa forma, o projeto de uma nova identidade nacional, produzido nos bairros da região metropolitana recifense, torna-se mais uma expressão de autonomia cultural de grupos e classes sociais que se encontram na periferia, de um país que se encontra na periferia da organização política mundial, do que uma manifestação arquetípica do povo brasileiro.

Nesse sentido, parece improvável também que a geração de artistas da qual o manguebeat faz parte se autonomize da esfera econômica e busque a transformação estética simplesmente com base na informação de sua localidade. Promovendo um mix de idéias que abordam desde a Antropofagia Paulista ao psicodelismo da Tropicália, o manguebeat estabeleceu uma nômade incursão por esses projetos tornando-os elementos históricos e estéticos dentro desse caldeirão multicultural proposto por seus integrantes. Porém há uma “negociação”, entre todos esses movimentos, que recria um fluxo cosmopolita e permite uma troca maior de informações ao colocar a cultura da metrópole dentro desse contexto pluralizado.

Incluído nesse processo, o mangubeat revela uma geração de jovens que cresceu ouvindo música pop importada de Londres e Nova York e cujo comentário estético englobaria tanto as questões referentes ao seu grupo social de origem, como o musical, quanto, sobretudo, as inúmeras expressões urbanas que, por fim, formam o núcleo central de seu questionamento. O caráter homogêneo que porventura dominara o contexto artístico em expansão durante o século XX dá lugar aos hibridismos socioculturais. Os quais, na cidade do Recife, se observam na problemática da vida cotidiana em confronto com a realidade urbana, o imaginário pop e a fantasia popular, representados aqui pelos jogos publicitários que brincam com os mesmos signos que compõem as metrópoles. Ser manguboy é pertencer à cidade, escutar música pop pelas rádios locais e manter uma identidade conectada à juventude dos grandes centros culturais.

A cidade é pop. Veloz e fugaz, ainda se traduz como o arquétipo da modernidade, conceito ficando nos ideais de desenvolvimentos sociais iluministas pelos quais se edificaram os sistemas filosóficos da história moderna. Esta teve a incumbência de atribuir aos centros urbanos a categoria de espaço onde o saber, a ciência e o progresso seriam fomentados através de universidades e outros mecanismos de racionalização. Ainda que tenha tardiamente recebido essas informações, o Recife figura numa prática que explora os conceitos surgidos da modernidade enquanto projeto inacabado. Pelo menos nessa cidade periférica da América Latina ainda é tempo de dar andamento aos princípios elementares a uma sociedade intelectualmente e organicamente avançadas, segundo a proposta da estética mangu.

A mistura da sua embolada com o rap é, para o Fred 04, uma atitude modernizante ou a evolução tecnológica que por fim chegou à periferia da cidade – onde, ao invés da ciência, a cultura configura-se como o movimento condutor da transformação. A modernidade, o moderno e toda carga racionalista que o conceito carrega é claramente expresso nas canções do grupo cuja referência ao progresso praticamente ignora que este não chegou a este ponto da terra porque ele não foi incluído na noção de evolução da humanidade proposto durante o período iluminista.

Mais que uma condição natural do desenvolvimento da sociedade pós-moderna, o hipotético cosmopolitismo, permitido pela globalização das culturas, é uma estratégia para enfrentar e criar os próprios mecanismos que venham dar o tão clamado progresso à cidade. A cultura como movimento é sugerida pelo mangubeat que tematiza a cidade, seu caos e maravilhas, como a fonte de composição artística, o espaço onde a arte cria seus comentários.

Há a exposição e projeção da cultura popular (samba, maracatu) através das citações e da necessidade de modernizar a cidade sem que outros elementos

artísticos estejam excluídos do discurso que faz desse cosmopolitismo urgente um novo paradigma cultural através dessa manifestação social. Nesse caso voltamos a uma questão fundamental relativa à arte da América Latina na contemporaneidade:

A indústria da informação saturou os países latino-americanos com filmes, vídeos, livros, exposições, aparatos eletrônicos e espetáculos multimídia provenientes do estrangeiro, criando territórios supranacionais nos quais as fronteiras entre eles e nós estão se diluindo. Nesses espaços, a oposição entre o próprio e o distante se apaga na medida em que os bens culturais e o consumo são desterritorializados. Assim, somos arrebatados de nossos contextos originários e integrados a novas localidades globais. (Mendieta, 1999).

No desenvolvimento do manguebeat, os líderes dessa cena, Chico Science e Fred 04, explicam a experiência da contemporaneidade enfatizando o imaginário contido nas estéticas, mitos e ritos presentes na cultura urbana recifense. Esta tem sua égide no espírito pós-moderno, o qual pode ser revelado na complexidade do seu multiculturalismo étnico, estético e social. O mangue toma a própria metrópole pra explicar as contradições socioeconômicas do Recife que acolheu durante a sua urbanização uma massa de desempregados vindos do interior do Estado em busca da ‘oportunidade’ da capital. Mas fala também do jovem consumidor de música pop que, mesmo não podendo obter materialmente os elementos que fazem parte dessa cultura, está incluído nela em consequência dos processos globalizantes. O manguebeat vem, portanto, popularizar a idéia de que já não é mais possível conceber os processos globais em torno da dominação de um centro único sobre periferias.

Um dos primeiros conceitos que viriam chamar a atenção para o grupo Chico Science & Nação Zumbi (CSNZ) foi o de vanguarda. Com *Da Lama ao Caos*, CSNZ ganhou destaque na mídia por apresentar uma visão crítica da periferia recifense; conquistando a simpatia de músicos veteranos como Gilberto Gil e Arnaldo Antunes com sua estética manguebeat. O fato de ter recriado um novo discurso sobre o Nordeste ou compor sua linguagem mixando informações já utilizadas pela cultura pop impulsionou a sua celebração pela geração mais antiga da MPB. Mas foi o diálogo que ele manteve com a cultura da cidade, mais especificamente da periferia, o motivo pelo qual ele foi caracterizado como uma cena vanguardista. Não por trazer quaisquer novidades ao universo pop, mas principalmente por seu discurso constituir um posicionamento crítico num momento no qual a juventude artística havia “abandonado” os temas transgressores que, anteriormente, tinham caracterizado toda uma produção contracultural.

Bem aceito por jovens da classe média e pela intelectualidade local, até mesmo por setores mais conservadores da sociedade (como o Governo do Estado e,

em menor intensidade, por personalidades como o escritor e criador do Movimento Armorial, Ariano Suassuna) o mangubeat teve alguns representantes da periferia integrados a sua articulação, mas foi no campo midiático que obteve o seu êxito. Representando alguns elementos da periferia com suas informações pop, a cena mangu conseguiu furar o cerco da grande indústria da música trazendo à massa, espontaneamente até (pelo tom popularesco e sua moda até certo ponto performática), o conceito de exótico tão consumido pelos meios de comunicação.

O destaque colocado sobre o papel das comunicações de massa enquanto fenômeno importante na era da modernidade permite considerar as representações com um fenômeno capaz de explicar o modo pelo qual o novo é engendrado nos processos de interações sociais e, inversamente, como estes nos produzem as representações sociais (Nóbrega, 7).

Ainda que esse exótico tenha feito parte do cotidiano no Recife com seu folclore e elementos popular, a sua utilização veio se firmar na cultura jovem como parte desse processo de transformação dos elementos regionalistas sob o aval do ímpeto cosmopolita proporcionado mangubeat. Uma abertura para a história pós-moderna globalizada que identificaria esses grupos sociais como consumidores e produtores do mangubeat. O fato de problematizar a cultura não significaria apenas um posicionamento político mas sim um resultado desse processo dialógico da apresentação x representação. Apresentando suas músicas, reforçada pelo caráter imagético do grupo, CSNZ traçou um panorama cultural da capital pernambucana e legitimou seu discurso, considerado da periferia, baseado nos símbolos que lhe garantiram visibilidade no meio social. Alguns componentes dessa cena faziam parte da região periférica da cidade; outros não. CSNZ é periférica em alguns significados que esse verbete pode suportar. É nacionalmente periférico por estar situado no Nordeste; é localmente periférico por ter surgido nos subúrbios da região metropolitana, o que não o torna, em nenhuma hipótese, o “herói oprimido do sistema”. E por mais que tenha existido esse confronto entre sistema x periferia ou o consumo do discurso mangu por uma parcela da população local que não fazia parte do “gênero periférico”, ele deu uma abertura para se questionar essa problemática. Como emblematicamente fala a música Manguetown:

Estou enfiado na lama é um bairro sujo/onde os urubus tem casas e eu não tenho asas/mas estou aqui em minha casa onde os urubus tem asas/vou pintando, segurando as paredes do mangu do meu quintal manguetown/ andando por entre becos, andando em coletivos/ninguém foge ao cheiro sujo da lama da manguetown/Essa noite sairei, vou beber com os meus amigos/e com as asas que os urubus me deram ao dia, eu voarei por toda periferia.

A cidade, antes de se colocar como um local onde as diversas culturas se encontram, é um território da diferença. Diversos papéis e representações sociais se inter cruzam em hierarquias e critérios normativos impostos pela sociabilidade. Nesse ambiente, de certa forma fechado aos outros que circulam com suas variadas posições sociais, a comunicação das particularidades de um sujeito urbano é problematizada pelos vários discursos dos Eus existentes hoje. O mangubeat de CSNZ fala dessa experiência. Mas fala onde? Como? Para quem?

Inúmeros cidadãos que circulam pela cidade não têm informação suficiente para falar, se expressar, construir uma linguagem ou estão privados da expressão por justamente não saberem o quê falar. Mas apesar do acesso “negado” à fala eles organizam uma identidade pela qual os reconhecemos enquanto sujeito. A identidade é um modelo discursivo que garante visibilidade e caracteriza um determinado grupo social em relação aos outros tantos existentes na urbe contemporânea. O mangubeat construiu sua identidade e foi rotulado como a expressão do sujeito periférico. Mas os anseios, as vozes e desejos daquele sujeito tiveram uma tradução bem elaborada pelo mix de cultura pop que o mangubeat proporcionou aos seus consumidores. Conforme explica Eduardo Mendieta, sobre a crítica pós-colonialista, eles os agitadores culturais do mangubeat:

Não se vêem a si mesmos como profetas que articulam a voz do oprimido, como guardiões de alguma tradução cultural extra ocidental ou como representantes intelectuais do Terceiro Mundo. Sua crítica ao colonialismo não está motivada pela crença em um âmbito - moral ou cultural - de “exterioridade” frente ao Ocidente e muito menos pela idéia de um retorno nostálgico a formas tradicionais ou pré-capitalistas de existência. (Mendieta, 1999).

Chico Science & Nação Zumbi teve uma boa circulação das rádios nacionais, chegou ao topo das paradas de *world music* e foi trilha sonora de novela da globo. Se hoje os meios de comunicação ocupam um espaço que deveria ter sua origem no Estado através da educação e da cultura, a mídia se torna, então, o ventríloquo que permite a essas cenas sociais, como o mangubeat, serem ouvidas pela sociedade. A cultura de massa surge, portanto, como o espaço onde esse crossover da cultura marginal para a de massa é produzido e mantém-se como o entre-lugar dentro do qual se negocia a ambigüidade entre o popular e o social.

Ainda assim, a idéia do CSNZ ser um expoente da periferia e dar voz ao sujeito periférico fez com que ele fosse reconhecido enquanto movimento político-cultural. A forma como sua narrativa ecoa dá voz aos periféricos, mas não é ele que fala ou se representa socialmente através da cena mangu, embora a cultura midática

a tenha exposto como o articulador da periferia. A questão da identidade ou representação desta aparece na tentativa de rearticular a relação entre sujeitos e práticas discursivas. “As identidades culturais são os pontos de identificação, os pontos instáveis de identificação ou sutura, feitos no interior dos discursos da cultura e da história. Não uma essência, mas um posicionamento” (Hall, 1996:70).

O que necessita ser questionado, no entanto, é o modo de representação dessa alteridade, que depende da forma como a cultura oficial a absorve. Mas mesmo que tenha criado esses estereótipos (ancorados em identidades e estéticas) estariam eles mais plurais e com a possibilidade de serem substituídos por outros sem que o movimento original tenha sido extinto? O estereótipo seria ainda a principal forma usada pelo discurso colonial para acolher essas estéticas e gêneros sociais, como critica Spivak:

Do outro lado da divisão internacional do trabalho pelo capital socializado, dentro e fora do circuito de violência cognitiva da lei e educação imperialista que complementa um texto econômico anterior, os subalternos não podem falar? (1995: 25).

Como prova o mangubeat é possível sim falar a partir do espaço da alteridade mesmo que seja, nesse caso, através de um ventríloquo chamado meios de comunicação. Nesse sentido, entra novamente como fator determinante desse diálogo os elementos exóticos pertencentes ao grupo. Trata-se de adotar essa linguagem por uma questão bem óbvia ao mercado cultural: a sua necessidade por novidades. E o novo está exatamente na possibilidade de fazer da estética mangubeat um modelo de consumo social e econômico. A mídia e a cultura de massa estão naturalmente prontas para obter essas novidades. E CSNZ também estava inserindo nessa dinâmica social quanto obteve dos meios de comunicação o caminho de fácil acesso à sociedade. A TV e o rádio, principalmente, seguidos pelas revistas de moda e música, prontamente se dispuseram a descobrir que tipo de linguagem artística era aquela que mixando o local ao global não deixava de garantir o quinhão de visibilidade para periferia recifense – de onde essa cena também surgira.

O que nesse caso reduz o campo de compreensão dessa alteridade e implicaria uma perda da própria identidade do artista da periferia; posto que, consumido independente de classes e opções sociais, o mangubeat foi apenas uma das representações desse ambiente urbano marcado pela dificuldade de expressão social. O que pode ser observado com o mangubeat é a sua celebração como o “movimento da periferia brasileira” quando no máximo ele foi uma das representações dessa cultura subalterna.

Esta tem um movimento diário próprio que inclui diversão nos subúrbios

da cidade ao som de música brega. Mas que também não deixa de ser apresentada com outras particularidades específicas à juventude dessa periferia que, mesmo com todo “esforço” de CSNZ, ao ser processada como produto da massa para os meios de comunicação transformou-se num objeto de consumo como tantos outros. Nesse momento, passou a ser “legal” pertencer à periferia. Mas como quem fala nesse caso não são os cidadãos periféricos e sim os artistas que adotaram essa questão na sua temática chegamos novamente onde tantas outras cenas culturais haviam partido: à falsa representação da realidade por meio de estereótipos e fetiches.

A estereotipia designa um estado de simplificação das dimensões dos estímulos, do imediatismo da reação e, às vezes, de rigidez. Em outro nível, mais freqüentemente, esta noção exprime o grau de generalidade de uma opinião, de aceitação ou de rejeição de uma representação de um grupo ou de uma pessoa. O estereótipo consiste numa resposta que é ao mesmo tempo genérica e reducionista à simplificação dos fatos (Nóbrega, 24).

Como o ventríloquo que ludibria os espectadores com truques falsos, CSNZ via meios de comunicação traz uma realidade marcada pela diferença e desigualdade social que pode muito bem virar um clichê ou um momento “curinga” para a manipulação das massas. Como se estivessem dando à chance desse artista e cidadão periféricos falarem de sua problemática, os meios de comunicação também negociam uma forma de apelar para o senso comum e chamar a atenção do seu público para aquele produto criado pelas minorias sociais. Entram em cena os estereótipos e as formas que traduzam essa experiência artística da melhor maneira possível ao consumo massificado. “Estereotipar não é criar uma imagem falsa que se transforma no bode expiatório das práticas discriminatórias. É um texto muito mais ambivalente” (Bhabha, 1991: 198).

Ambivalência que nos leva a crer que como toda criação de uma imagem, estereotipar depende também da forma como o ser representando se apresenta publicamente e o que faz com sua linguagem ou discurso seja apreendida por meio de um conceito fixo e fragilizado. Mas tal constatação nos levar a um vazio existencial já que é da qualidade humana se fazer aceito, ou aceitar, por meios de sínteses pessoais ou “resumos” que caracterizem um determinado grupo.

Se as culturas populares, como observa Canclini, “se constituem por uma apropriação desigual dos bens econômicos de uma nação ou etnia por parte dos seus setores subalternos” (1996: 17) o resultado desse processo seria, entre outros, a reprodução e transformação dos seus possíveis bens simbólicos e, conseqüentemente, a adaptação destes às condições gerais da vida social. Ou melhor: produtos surgidos no território de uma cultura não-oficial estariam sujeitos a serem representados numa

forma bem adaptada ao consumo massificado, que rejeita as particularidades e absorve um resultado padronizado à sociedade de massa.

Sobre esse mecanismo de representação, apresentado via estereótipos e fetiches, Homi Bhabha destaca que ele funciona como “um aparato que acende o reconhecimento e a negação das diferenças raciais/culturais/históricas. Sua função estratégica predominante diz respeito à criação de um espaço para a subjetividade das pessoas através da produção de conhecimento em termos de a vigilância ser exercida e a forma complexa de prazer/desprazer, incitada” (Bhabha, 1991: 191).

Característica típica do pós-moderno que constantemente alterna seu interesse pelo exótico ou diferente conforme a permanência ou fugacidade que aqueles possam ter no campo midiático. Geralmente, essa característica pode ser observada em cenas culturais ou estéticas que repentinamente se tornam aproveitáveis por trazer nos elementos formadores de sua estrutura quaisquer diferenciais aos que são consumidos diariamente no cotidiano das grandes cidades. Estas também estão situadas, juntamente com a prática da “adaptação massificada”, nos países pobres da periférica América Latina, cujos movimentos culturais vêm se revelando como um dos principais exemplos dessa ambígua relação entre originalidade e universalidade, representação, estereótipo ou como sugere Homi Bhabha, substituto e sombra.

De uma forma mais ampla, esse complexo relacionamento teria se formado no início do século XX quando os movimentos de grupo surgem como uma resposta ao “fracasso” da cidadania universalizante da modernidade. Nesse momento não se tratava mais da dialética de classes, mas sim de grupos. Mediante o desenvolvimento de questões sociais ligadas aos gêneros (raça, crença, estilo de vida, sexualidade, entre outros), confrontava-se a problemática do homem contemporâneo. Este começa a ter acesso político a sua cidadania por pertencer a um grupo específico, que lhe dava a garantia de ser ouvido pelo sistema social, ou até mesmo integrá-lo como cidadão, ao destacar as características biológicas, genéticas ou culturais elementares a sua personalidade.

Inclusa também nesse processo, a arte da pós-modernidade tanto passa a ser o meio pela qual se constroem linguagens auto-referenciais quanto se revela a estrutura propulsora de comportamentos baseados nessa tendência da aceitação da diferença. Afinal, não só as questões referentes à singularidade de cada cidadão (como a raça e a classe econômica) passam por uma estratégia de representação como também a experiência artística chega a um momento no qual desloca-se do seu ambiente de origem para alcançar todas as esferas sociais, indiscriminadamente.

A instância anti-etnocêntrica revela uma estratégia que, ao reconhece o espetáculo da alteridade, concebe um paradoxo central a estas teorias. Para

se compreender a crítica do logocentrismo e idealismo ocidentais, é necessário que haja um discurso constitutivo de perda, imbricada numa filosofia da presença que torne possível uma leitura desconstrutivista e diferencial nas entrelinhas (idem: 99).

Esteticamente, a América Latina foi o local onde o crossover da cultura popular para a de massa se desenvolveu com maior rapidez e intensidade no circuito da música pop. Começando com pequenas cenas e movimentos artísticos ao redor do globo, a música pop latina começou a ter destaque nos meios de comunicação de massa no início dos anos 80. Paralelamente a uma abertura político-econômico aos países latino-americanos, os centros fomentadores da cultura pop nesse momento, Estados Unidos e Europa, começaram a absorver a música que surgia em locais como Porto-Rico. É óbvio que o inglês continuava como a língua oficial da cultura dominante. Mas fenômenos de massa como o grupo porto-riquenho Menudo, por exemplo, mostravam que os holofotes do *showbizz* concentravam suas luzes também para o produto do ainda chamado terceiro-mundo.

Nesse momento surgem também categorias musicais específicas como a *world music*, um rótulo dado ao mix de sons, culturas e etnias que se desenvolvera na derrocada da cena pós-punk e que para os hit parades significa a expressão da musicalidade terceiro-mundista. Atualmente, os grandes prêmios de música pop, como o *Billboard Award* e o *Grammy*, criaram espaços exclusivos para o gênero *world music* e destacam na suas edições anuais as novidades do pop latino (colombiano, argentino, brasileiro) que tanto podem ser fenômenos equivalentes ao Menudo como representantes da música popular/folclórica de tais países.

Simultaneamente esses artistas são apresentados como o outro do sistema oficial (aquele que, principalmente, não canta em inglês) e representam, de certa forma, a imagem que se faz da América Latina nos meios de comunicação. O ato de representar-se, obviamente inerente à condição humana, mediante os elementos constitutivos de cada linguagem passa necessariamente pela reprodução de uma imagem. Esta funciona como a síntese sensorial do outro, facilitando o acesso ao seu universo da forma mais prática e simples possível. As imagens representam iconograficamente, isto é, por meio de semelhanças. E é na semelhança, ou na possibilidade de um elemento que a coletividade comungue com as cenas e grupos específicos, que se encontra a porta de entrada para a aceitação da diferença.

Aparelhamento funcional do estado, políticas estruturais viáveis, sociedades civis democráticas devem ser concebidas em relação a circunstâncias específicas de determinados países latino-americanos e não modeladas a partir do paradigma dominante da modernidade ocidental. (Yúdice, 1991: 96).

Quando o mangubeat se utiliza de imagens para acompanhar sua performance musical ele resume iconograficamente uma certa narrativa, que por meio de caranguejos e parabólicas sintetiza o conceito de sua linguagem híbrida. As imagens, isto é, os tais ícones são a materialidade de um discurso que criou outras representações para a identidade nordestina. Talvez, essa cena não tivesse sido tão consumida caso não houvesse um elemento que facilitasse a entrada a esse universo estético. Mas por conter um certo aparato de performance e imagens referentes a um conceito específico, o mangubeat conseguiu adentrar em espaços sociais que incluíam desde a juventude da periferia ao consumidor de música pop de uma forma geral, cuja informação era proveniente da mídia.

Por isso, quando se destacam as cenas culturais latino-americanas, por exemplo, faz-se de forma que os elementos mais expressivos que compõem a sua imagem para o mundo se sobressaiam, incluindo a tendência de mitificar o seu exotismo ou sua excentricidade.

O estereótipo não é uma simplificação por ser uma representação falsa de uma realidade específica, mas uma simplificação falsa porque é uma forma de representação fixa e interrompida, que ao negar o jogo da diferença cria um problema para a representação do sujeito em acepções de relações psíquicas e sociais (Bhabha, 1991: 193).

Pois, afinal, o que pode ser expressivo para o “eu” latino-americano não significa necessariamente que seja também para o “outro”, seja qual for a sua origem e posicionamento político. Uma dicotomia presente nas relações culturais contemporâneas que criam mecanismos de aceitação ou rejeição por meio do desenvolvimento de estereótipos, processo que fixa imagens e conceitos nesse caminho do reconhecimento. Ou como destaca Bhabha, a representação via estereótipo se transformaria, além de um caminho de fácil acesso, num fetiche.

Entretanto, se atravessamos o milênio baseando a experiência cotidiana na mobilidade das identidades culturais, como aceitar a fixação de um conceito sob determinado ponto de vista já que o mesmo pode atualmente ser facilmente modificado conforme a velocidade pela qual caminham os aspectos ligados a identificação social? Modernistas são antropófagos; regionalistas, conservadores, tropicalistas, performáticos, armoriais, retrógrados e marginais (malditos). A cada cena cultural brasileira corresponde uma identificação estética que dialoga não apenas com a linguagem artística presente no seu discurso bem como com a realidade social na qual está inserida. E o mangubeat, uma das principais cenas da cultura brasileira contemporânea quicá da própria América Latina, de que forma estaria inserido nessa dinâmica?

O mangubeat revela algumas influências das estéticas que formaram a identidade da cultura brasileira. Mas é importante destacar que não se trata de assumir a linguagem do outro, mas de combiná-la ou até mesmo confrontá-la. Eles também são performáticos como os tropicalistas e pretenderam atingir o local através de um cosmo unificado. Mas toda a sua representação cênica passa pelo contexto globalizado no qual ele surge. Um ambiente onde a permissividade para os tantos outros dessa cultura mundializada é permitida pelo fácil acesso ao global, através da mídia, e a um passado histórico que fundamentara a identidade nordestina durante o período da sua modernização, no século XX. Eles deixam de ser antropófagos para serem sujeitos híbridos, resultado da própria experiência social vivida no território urbano.

Ao usar a cultura popular nordestina como suporte artístico, o mangubeat praticava a antropofagia, outrora vanguardista, que no pós-moderno seria apresentada como o mix do local ao global. Mas se formos voltar ao movimento cultural que o antecedeu, o Armorial, vemos que, apesar de utilizar a cultura popular como recurso estético, ele não faz parte de uma cena que tenha por objetivo levar a expressão do “povo para o povo” como estandarte. A cultura popular está inserida nessa linguagem com intensidade semelhante ao funk, samba, rock e hip hop. E é justamente na possibilidade de mixagem desses elementos que surge um dos mais fortes estereótipos desse grupo. A fusão de sons e idéias se tornou o meio pelo qual CSNZ caracterizou toda uma geração de artistas pop com base nas suas colagens musicais. É pouco provável que a mídia hoje, principalmente do eixo Rio/São Paulo, não faça, depois do mangubeat, referência a esse hibridismo estético - cujo êxito foi representar o novo artista nordestino como aquele que quer ser cidadão do mundo via sampler e tecnologias.

Negando ou identificando-se com as cenas que compuseram o panorama cultural do País, Chico Science & Nação Zumbi propôs “modernizar o passado e exigir uma evolução musical” mas também criou e foi representado por seus estereótipos e acabou sendo fetichizado, posteriormente, pela cultura de massa que utilizou imagens e conceitos para impor um discurso mangubeat na mídia. Dessa forma, ele foi exaltado pela cultura oficial por praticar essa comunicação com as informações universais. O que, finalmente, levou a caracterizar os grupos locais que produziam qualquer tipo de mix, até mesmo aqueles cuja mistura tinha como base o rock e o funk sem a inclusão da cultura popular em sua estética, como produto do mangubeat ou influência deste.

O hibridismo faz parte de uma consequência até de certa forma natural à cultura contemporânea, que tem uma infinidade de movimentos e estéticas para recorrer através do passado ou das experiências correntes. O grande problema desse hibridismo que vira um fetiche (o fácil acesso ao outro através de uma falsa realidade

ou representação) foi, talvez, ter eclipsado algumas questões concernentes à cultura periférica da qual ele faz parte. Ao enfatizar a adoção do cosmopolitismo como o grande momento em que o artista subalterno recifense conseguiu adentrar no espaço público, a cultura de massa e o senso comum esquecem que na periferia também há diferenças e nem tudo que é periférico no Recife é mangubeat. Nem todas as expressões sociais produzidas por essas minorias pretendem ser cosmopolitas ou fazer parte da cultura de massa, ainda que venha a ser influenciada por esse quadro no qual mídia e globalização são palavras de ordem.

É claro que ao invés de um confronto, o mangubeat preferiu negociar, por meio de mecanismos como o próprio hibridismo, com a cultura globalizada. Mas sua negociação, por mais que tenha tornado heterogênea a sua identidade cultural, também produziu uma gama de estereótipos com os quais se identificou posteriormente toda uma geração de jovens consumidores de música pop no Nordeste. Como observa Homi Bhabha, o fetiche ou o estereótipo também “possibilita o acesso a uma identidade, que, sendo uma forma de convicção múltipla e contraditória, se baseia tanto no domínio do prazer quanto na ansiedade e defesa” (Bhabha, 1991:”179).

Ao fixar essas imagens no imaginário dessa nova cultura nordestina, CSNZ criou seus estereótipos da mesma forma que outros movimentos regionalistas criaram. E como um véu invisível, essa representação foi adotada pela cultura de massa como o momento no qual o periférico foi ouvido pelo sistema. Mas estamos falando de que periférico? Posto que consumido pela classe média e divulgado pela cultura de massa, ele circulou entre jovens que tinham poder aquisitivo suficiente para comprar discos e camisetas e ir aos shows de Chico Science & Nação Zumbi. Ressaltando ainda que o estereótipo do hibridismo mangubeat fez valer essa noção de que a periferia estaria, finalmente, sendo apresentada ao domínio público, o qual conheceria as suas mazelas sociais conforme consumisse a música (supostamente panfletária) de Chico Science & Nação Zumbi.

CAROLINA LEÃO é mestre em Comunicação pela Universidade Federal de Pernambuco.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ANTUNES, Nadia de Maia. (2001). *Caras no Espelho: Identidade Nordestina através da Literatura*. São Paulo: ed. Dp&A.
- BHABHA, Homi K. (1998). *O Local da Cultural*. Belo Horizonte: Editora da UFMG.
- BENNETT, David (org). (1998). *Multicultural States: Rethinking Difference and Identity*. London/New York.
- BUARQUE DE HOLLANDA, Heloísa. (1991). *Pós-Modernismo e Política*. Rio de Janeiro: Rocco.
- BAKHTIN, Mikhail. (1992). *Marxismo e Filosofia da Linguagem*. (79) São Paulo: Hucitec.
- BOAVENTURA, Maria Eugênci. (1985). *A Vanguarda Antropofágica*. São Paulo: Ática.
- BRANDÃO, Carlos Antônio. (1991). *Movimentos Culturais de Juventude*. São Paulo: Ed. Moderna.
- CANEVACCI, Massimo. (1996). *Sincretismo: Uma Exploração das Hibridizações Culturais*. São Paulo: Studio Nobel.
- CANTON, Kátia. (2000). *Novíssima Arte Brasileira*. São Paulo: Ed. Iluminuras.
- CANCLINI, Néstor Garcia. (1981). *Consumidores e Cidadãos. Conflitos Multiculturais das Globalização*. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ.
- _____. *Culturas Híbridas*. (1999). *Estrategias para Entrar y Salir de la Modernidad*. México D.F: Grijalbo.
- CESAROTTO, Oscar (org). (2001). *As Idéias de Lacan*. São Paulo: Ed. Iluminuras.
- CONNOR, Steven. (1995). *Cultura Pós-moderna: Uma Introdução às Teorias do Contemporâneo*. São Paulo: Edições Loyola.
- EAGLETON, Terry. (1996). *As Ilusões do Pós-modernismo*. Local Ed: Zahar.
- FEATHERSTONE, Mike. (1996). *Pós-Modernismo e Cultura de Consumo*. São Paulo: Studio Nobel.

- _____. (1996). *O Desmanche da Cultura: Globalização, pós-modernismo, Identidade*. São Paulo: Studio Nobel.
- FREYRE, Gilberto. (1989). *Nordeste*. Rio de Janeiro: Ed. Record.
- GUELFY, Maria Lúcia Fernandes. (1996). *Identidade Cultural numa Perspectiva Pós-Moderna*. Rio de Janeiro: Niterói. Editora
- HERSCHMANN, Micael (org.). (1996). *Abalando os Anos 90: Funk, Hip Hop. Globalização, Violência e Estilo Cultural*. Rio de Janeiro: Rocco.
- HARVEY, David. (1993). *A Condição Pós-moderna*. São Paulo: Loyola.
- HALL, Stuart. (1992). *A identidade Cultural na Pós Modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A.
- HUTCHEON, Linda. (1991). *Poética do Pós-modernismo: História, Teoria e Ficção*. Local Editora: Imago.
- JAMESON, Fredric. (1996). *A Lógica Cultural do Capitalismo Tardio*. São Paulo: Ática.
- MENDIETA, Eduardo. (1999). *Teorías sin Disciplinas*. México (mimeo).
- NÓBREGA, Sehva Maia. (S/d). *ANO O Que é Representação Social*. Tese de doutorado em Psicologia Social. École des Hautes Études en Sciences Sociales. Paris, França.
- ORTIZ, Renato. (1988). *A Moderna Tradição Brasileira*. São Paulo: Ed. Brasiliense.
- PRYSTHON, Ângela Freyre. (2000). *Cosmopolitismos Periféricos*. Recife, tese de doutorado, UFPE, (mimeo), 150p.
- _____. (1991). “Como Manda o Figurino: João do Rio e o cosmopolitismo Brasileiro na Virada do Século”. *Signótica*. 21-32
- ROUANET, Sergio Paulo. (1987). *As Razões do Iluminismo*. São Paulo: Companhia das Letras.
- SOVIK, Liv. (1996). *Uma Contextualização Crítica da alteridade*. Salvador, Facom/UFBA.
- SPIVAK, Gayatri. (1995). “Can The Subaltern Speak?”. In *The Postcolonial Studies Reader*: London/New York.
- SUBIRATS, Eduardo. (2001). *A Penúltima Visão do Paraíso. Ensaio*

Sobre Globalização e Memória. São Paulo: Ed. Studio Nobel.

TELLES, Gilberto. (1985). *Vanguarda Européia e Modernismo Brasileiro*. São Paulo: Ed. Perspectiva.

YOUNG, Robert J. (1995). *Colonial Desire: Hybridity in Theory, Culture and Race*. London: Routledge.

ZAIDAN, Michel. (2000). *O Fim do Nordeste e Outro Mito*. São Paulo: Ed: Cortez.