

**Universitat Autònoma de Barcelona**  
**Programa de Doctorat en Periodisme i Ciències de la**  
**Comunicació**

**Tesis Doctoral**

**LA JUVENTUD Y EL SIMBOLISMO DE  
LA MÚSICA *MANGUEBEAT*:  
VALORES Y POSTMODERNIDAD**

Presentada por:

**Rejane Sá Markman**  
**Director: Dr. Marcial Murciano**

**Bellaterra, 2002**

## **AGRADECIMIENTOS**

Elaborar una tesis doctoral es una tarea individual, aunque no solitaria. Durante su proceso surgen *presencias* especiales, sin las cuales no saldrían a la luz las referencias teóricas, las definiciones conceptuales, los datos o las inferencias como fruto de reflexiones pero que necesitan de discusiones con interlocutores competentes para que el trabajo intelectual se torne más intenso.

A esas personas especiales deseo hacer mis agradecimientos:

A los colegas Alexandre Figueirôa, Argelia Ferrer Escalona e Vantuil Barroso Filho, por las críticas, sugerencias y contribuciones que aportaron a este trabajo. A Cesar Silva, por la orientación estadística indispensable a la obtención de los datos analíticos.

Un agradecimiento especial lo hago a Teresa Velázquez, por su dedicación en criticar los elementos metodológicos que he escogido para obtener las evidencias empíricas de la tesis.

Agradezco a la profesora Maria Ros, cuya opinión está en la base del análisis de valores que realisé y por las sugerencias emitidas sobre este tema.

También deseo hacer un agradecimiento a la profesora Amparo Moreno, por el tiempo dedicado a la lectura de esta tesis y por sus siempre valiosas observaciones.

A las becarias Fabiola, Leonardo y Thayse por su dedicación en la recogida y el tratamiento de los datos de las investigaciones que realizamos con la juventud de Recife.

A la Universidade Católica de Pernambuco – UNICAP, que por muchos años há sido el escenario de mi labor académica, un agradecimiento especial por haber hecho posible mi permanencia en Barcelona y por su comprensión con el plazo para la conclusión de este trabajo.

A los funcionarios de la biblioteca de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, por su amabilidad al atenderme y por facilitarme el acceso a las informaciones.

Al Centro de Investigaciones Sociológicas - CIS que me ha facilitado el acceso a los datos referientes a sus estudios sobre la juventud.

Al final, deseo agradecer al profesor Marcial Murciano, por sus orientaciones, atención y dedicación a mi trabajo intelectual, mismo a distancia, sugeriendo bibliografías, instigando mi curiosidad, discutiendo problemas teóricos, lo que há contribuído para tornar mejor este trabajo.

# SUMÁRIO

	P.
Introducción.....	01
Capítulo I – Las ideas postmodernas en las culturas y en la juventud.....	19
1.1.Transculturación y preservación cultural.....	20
1.2.Los procesos del hibridismo cultural.....	28
1.3.El individuo postmoderno: la visión Desencantada.....	39
1.4.La visión Redentora.....	53
1.4.1.Ideas juveniles:el pacifismo hippie y la rebeldía punk.....	60
1.5.Los valores juveniles.....	69
Capítulo II – Consideraciones en torno a la cultura musical brasileña.....	85
2.1.La formación de la cultura musical .....	90
2.2.Industria cultural y cultura brasileña.....	98
2.3.De la Samba a la Bossa Nova.....	113
2.4.Los ritmos de la juventud.....	123
2.5.La industrialización de los sonidos populares.....	131
2.6.Las formas musicales de la cultura popular de Pernambuco.....	139
2.7.Mapa Cultural de Brasil.....	148
Capítulo III - La música <i>Manguebeat</i> y la juventud.....	150
3.1.Presentación del movimiento <i>Manguebeat</i> .....	153
3.1.1.La ciudad de Recife: la escena física.....	163
3.1.2.La metáfora del mangue.....	167
3.2.El <i>Manguebeat</i> . Una contracultura?.....	171
3.3.Los sonidos del <i>Manguebeat</i> .....	182
3.4.Sobre el concepto de juventud.....	184
3.5.La juventud y la simbolización de la comunicación de masas.....	190
3.6. Aportaciones sobre juventud <i>Manguebeat</i> .....	198
Capítulo IV – Perspectivas metodológicas de las investigaciones.....	208
4.1.La decodificación de los contenidos de las canciones.....	214
4.2.Los procedimientos para obtener los sentidos de los datos cuantitativos.....	227
4.3.Los parámetros de la investigación de los valores juveniles.....	236
Capítulo V – El sincretismo de la música <i>Manguebeat</i> .....	245
5.1.Los contenidos de las canciones <i>Manguebeat</i> .....	246
5.2.Los valores en la poesía <i>Manguebeat</i> .....	257
5.3.Análise de los textos <i>Manguebeat</i> .....	266
5.4.Aportaciones sobre los datos.....	283
Capítulo VI – El simbolismo y la identidad juvenil <i>mangue</i> .....	295
6.1.La jerarquía de los valores juveniles.....	297
6.1.1.La valorización de la cultura local.....	305
6.1.2.El significado del valor Trabajo.....	307

6.1.3.El rechazo de la matriz Integrada.....	310
6.2.La interpretación de los discursos juveniles.....	315
6.2.1.Los valores <i>Manguebeat</i> y los valores juveniles.....	332
6.3.Reflexiones sobre la identidad mangue.....	337
7. Conclusiones.....	345
8.Bibliografia.....	358
9.Glosario.....	379
10.Índice de las figuras.....	389
11.Anexos.....	391
12.1. Ficha de análisis de contenido de las letras.....	392
12.2.Cuestionario de la investigación de valores.....	395
12.3.Ficha de análisis de contenido de los comentários juveniles.....	397
12.4. Letras de las canciones analizadas.....	398

## **INTRODUCCIÓN**

Actualmente, las sociedades de todas las culturas y de todos los rincones del mundo asisten a una serie de transformaciones radicales provocadas por la globalización económica, que acerca a los mercados y a los aspectos productivos, estrechando las relaciones entre todas las naciones. Los cambios que vive el mundo contemporáneo se deben, en parte, a la tecnología, que se impone de manera penetrante e irresistible, en un contexto mundializado y cada vez más transnacionalizado. La aceleración de la tecnología, generada para dar soporte a las exigencias de las nuevas formas productivas, conduce al desarrollo de nuevas formas tecnológicas, como el ordenador, que amplían la capacidad de generar informaciones y modelan nuevas formas de acceso a los conocimientos, imponiendo la selectividad y la restricción del trabajo humano (MURCIANO, 1992).

La actuación de las tecnologías inéditas es compatible con una verdadera revolución, en la cual la información y la comunicación juegan un papel fundamental para el desarrollo del proceso capitalista, que al adquirir un talante económico globalizado se extiende paulatinamente a amplios escenarios socioculturales (CASTELLS, 1996:28).

Con la democratización de este conjunto de técnicas disponible para el uso individual, los contenidos culturales se diseminan en todas las naciones, generando un fenómeno que se define como *transculturación*. Este concepto, opuesto al de *aculturación*, estático y unidireccional, se define como un proceso en el cual una cultura entra en contacto con otra, en condiciones de desigualdad como consecuencia de una relación de dominio y dependencia, en el que no se excluye el conflicto interno. En el proceso de cambio que se desencadena, se incorporan elementos de cada cultura, pero también se preservan, aunque transformados, importantes fragmentos tradicionales que de otro modo se perderían por la ausencia de contacto con la modernización. Los contenidos de la propia tradición se conservan porque se les ha permitido exponerse a las transformaciones “que supone enfrentarse a una ‘cultura- otra’ ”. Esto permite reparar en aspectos típicos que en condiciones normales no serían advertidos y salen a la luz con el contacto intercultural (RAMA, 1982).

La extensión del proceso de transnacionalización cultural en el imaginario de las culturas locales produce elementos que concurren para producir el proceso de hibridación, y también hacen nacer formas de resistencia, como los sincretismos. Las producciones culturales nativas son consideradas frágiles por las imposiciones de los múltiples mensajes de los medios de masas y por la presencia cada vez mayor de las nuevas tecnologías (GARCÍA CANCLINI, 1990, y CANEVACCI, 1996).

La más difundida y popular de estas nuevas tecnologías, el ordenador, además de los servicios que realiza, es una fuente de infinitas posibilidades informativas (periódicos y revistas *on-line*, en tiempo real); de conocimientos (investigaciones en textos científicos y en bibliotecas); de consumo musical (archivos musicales como MP3 o Wave); de cultura (acervos de museos y de galerías de arte); de comunicación en tiempo real (programas de charlas que permiten hacer nuevas relaciones sociales) y de entretenimiento (acervo de fotos y de películas, incluso pornográficas, y la posibilidad de relacionarse con gente de todas las partes del mundo)

Debemos resaltar las ilimitadas formas de relación engendradas con la audiencia a través de otro aparato moderno, la televisión, que en el cotidiano contemporáneo es fuente de entretenimiento y de información, así como de referencias simbólicas significativas. Esta última característica tiene un peso considerable en contextos cuyo desarrollo económico sufre un cierto atraso y los ordenadores no son numéricamente expresivos, como en Latinoamérica, donde la televisión tiene un papel central que fascina y entretiene a la gente. Este vehículo de formación de sentidos, consumidos en mensajes e imágenes de masas, utiliza varios instrumentos para acceder a los diferentes públicos, entre los cuales se destaca la música (FISKE, 1987).

Esto nos conduce a las reflexiones que realizamos en este estudio, sobre la influencia de los mensajes musicales en la audiencia juvenil, al analizar la representación de la realidad que elaboran para este público en formación. Bajo esta óptica, nuestro estudio visualiza el contexto actual (socioeconómico y cultural) en el que se mueve la juventud de Recife, en su contacto con los nuevos tiempos

que están presentes en los mensajes de la música más representativa de la posmodernidad: la música *pop*.

La música *pop* es un producto cultural que nace de la contestación de la juventud. Se concibe en los años cincuenta, se consolida en las décadas siguientes y se alinea contra los patrones sociales oriundos de la sociedad de consumo. Cuando penetra en el gusto de las jóvenes audiencias de todas las naciones se convierte en un artículo globalizado, asumiendo las más diversas formas (LULL, 1985).

El movimiento *pop*, en EE.UU., como creación de la cultura de masas, engloba no sólo la música sino otras manifestaciones artísticas. Creó un estilo original que se convirtió en la referencia más significativa y emblemática del arte musical del siglo XX: el *Rock'n'Roll*. “Mezcla de jazz negro y *folk* blanco, revolucionó las costumbres y se incorporó como un ícono de la revolución pacífica de los *beats* y de los *rockers*, sacudiendo a las instituciones puritanas norteamericanas y del mundo” (MARKMAN, 2000:16).

Roberto Muggiati afirma que la música *pop*, concepto que hoy día se confunde con *rock*, “es un término que engloba una variedad de formas musicales, que va desde el grito gutural y la batida primitiva del folclor hasta los sonidos electrónicos más depurados y abstractos” (MUGGIATI, 1973:8).

En la actualidad, esta forma de expresión musical continúa siendo uno de los productos culturales más consumidos por adolescentes y jóvenes, porque enriquece un tipo de ficción muy común en sus preferencias y contiene restricciones al mundo de los adultos. Como ejemplo de oferta musical televisiva que pretende atender a la preferencia de la audiencia juvenil, hacemos referencia a los *video clips* emitidos por varias cadenas, especializadas o no, que posibilitan la difusión mundial de las músicas y de los artistas (MARKMAN, 1998).

Algunos estudios realizados en EE.UU. y Europa, en décadas pasadas, percibieron que estos programas musicales representaban para los adolescentes una ocasión de relacionarse con sus semejantes. Además, constituyan una buena motivación para estar bien informados sobre las tendencias musicales, lo que podía representar la diferencia entre ser aceptado o no por el grupo. Por este mismo motivo buscan temas para conversaciones en los videos (SUN y LULL, 1986).

Como una de las premisas de este estudio, establecemos que la música es un elemento de mediación entre la audiencia juvenil y la realidad. Sus mensajes son fundamentos fiables de identificación que funcionan como gafas que reducen o amplían las representaciones de lo real, e inducen a interpretar lo que ocurre concretamente. El sentido de lo real, más que una construcción metafórica, asume así características de la propia realidad. Sabemos que las metáforas impregnan la vida cotidiana, no solamente el lenguaje, sino también el pensamiento y la acción individual.

“Nuestro sistema conceptual ordinario, en términos del cual pensamos y actuamos, es fundamentalmente de naturaleza metafórica. Los conceptos que rigen nuestro pensamiento no son simplemente asunto del intelecto(...) Nuestros conceptos estructuran lo que percibimos, cómo nos movemos en el mundo, la manera cómo nos relacionamos con otras personas. Así es que nuestro sistema conceptual desempeña un papel central en la definición de nuestras realidades cotidianas” (LAKOFF y JOHNSON, 1995:39).

Cuando se analizan los sentidos generados por los medios de masas, en este caso a través de la música, debemos acercarnos de sus contenidos, intentando percibir la dimensión que asumen en la realidad los aspectos culturales. Así, no es posible ignorar el significado del *contexto* en el que ocurren los hechos cotidianos de la juventud de Recife, objeto de este estudio, en su relación con los componentes simbólicos que emanan de la música.

Trabajando el concepto de contexto de Watzlawick (1981), que en su teoría basa la realidad de las cosas y de los hechos en las creencias, Teresa Velázquez (1992) sostiene que “todo aquello que es verosímil e, incluso, inverosímil, puede llegar a ser tomado como real” (VELÁZQUEZ, 1992:25).

Para nosotros, por lo tanto, el contexto asume el significado de *realidad*, que es todo lo que acontece en el cotidiano, independiente de lo que es percibido través de su existencia material o que sea sólo una realidad aparente que se construye a partir de creencias individuales. Para que las cosas sean consideradas reales es necesario que tengan una dosis suficiente de veracidad o probabilidad que las hagan creíbles. Los contextos de la comunicación de masas, realidades construidas y representaciones muchas veces distorsionadas, son un ejemplo de que las creencias pueden hacer real lo que no es. Los hechos banales del universo cotidiano se vuelven sociales a partir de la percepción humana que los traduce como coherentes y verosímiles. Este es “el espacio del acontecer” que cobra sentido en la existencia/percepción del sujeto social que se reconoce miembro de un todo. “Hablar de realidad es hablar de multiplicidad. Esta multiplicidad formará la totalidad de los hechos” (VELÁZQUEZ, 1992:24).

Sin embargo, el ser humano existirá mientras se ponga en correlación con el espacio que lo circunda: con un “ambiente natural particular” que deriva de un orden cultural y social específico, anterior a su existencia. A través de los “otros significados” estos elementos son mediatizados hacia él. De acuerdo con este entorno social, se produce la *humanización* del ser que varía en cada individuo, lo que provoca distintas y “numerosas maneras del ser volverse humano cuanto son las culturas humanas” (BERGER y LUCKMANN, 1967:72).

La traducción de la realidad, única e individualizada, se hace en la simbolización de los objetos cotidianos, legitimada cuando se produce la institucionalización de las acciones sociales (contexto), dictada por una cultura. Ésta funciona como un gran cuerpo normativo, como un orden predeterminado anterior a la estructura social.

El contexto es el factor de referencia de las ideas y de los (pre) juicios que los individuos comparten en sociedad, que rellenan el imaginario social, y todo estudio que pretenda interpretar significados simbólicos debe tomarlo como referencia. Es importante caracterizar la dimensión del contexto como generador de los repertorios cognitivos que definen las actitudes humanas cotidianas ante los hechos históricos. El contexto actúa como una brújula que orienta a los individuos en la representación de la realidad, filtrando las versiones de todos los discursos sociales disponibles, incluso el de los medios de comunicación. La versión final de la lectura de la realidad es, siempre, una interpretación personal.

El mismo proceso ocurre con la asimilación de las normas sociales, que funcionan como mecanismos de control que garantizan la armonía de la interacción social. “Podemos decir, pues, que las normas y reglas en las que se basa el orden social son actualizadas ‘re-creadas’, en cada momento de actuación – uso” (VELÁZQUEZ, 1996:26).

Jünger Habermas analizó la presencia del contexto sosteniendo que a través de “la acción comunicativa” se procesa entre los sujetos sociales el proceso de comunicación y de interacción.

“El mundo de la vida es el lugar trascendental donde hablante y oyente se encuentran, y en el que podrán criticar y exhibir los fundamentos de las pretensiones de validez, resolver disentimientos y llegar finalmente al acuerdo” (HABERMAS, 1987).

En este estudio, cuando se considera el contexto se piensa en el acto cotidiano de comunicación que se produce entre los individuos y se constituye en los discursos disponibles en el ambiente social. Entre éstos, destacamos más objetivamente las ideas circulantes disponibles para la utilización de los individuos, fabricadas por los medios de masas. En el ámbito mediático, la música, al ser divulgada por la televisión, obtiene un mayor énfasis debido a la potencialidad visual del medio, lo que puede influir de manera más significativa en las percepciones cognitivas de los receptores. Además de los sonidos, destaca la imagen de los ídolos, de su estilo que revela sentidos simbólicos, ideas que son masificadas.

La música es la forma de producto de masas más consumido entre las audiencias juveniles, superando incluso a la televisión.<sup>1</sup> A partir de esta proximidad, sostengamos que la música produce un mundo de significados para la juventud, consumido cotidianamente, que define en los adolescentes las primeras pasiones. Los cantantes y artistas son objetos de la exaltación romántica y la admiración les lleva a imitar a sus ídolos en la forma de vestir, de peinar o de hablar.<sup>2</sup> Después de la estética, pasan a admirar los comportamientos y actitudes ante la vida que asumen sus objetos de admiración. Esto les puede conducir a la reproducción de posturas –que muchas veces no son aceptadas socialmente– presentes en los cantantes de *pop*, *hard rock*, *acid rock* o en los antiguos *punk rock*<sup>3</sup>

En este estudio, pretendemos comprobar el significado que tiene un tipo de música específico, el *Manguebeat*, para un segmento de la juventud de Recife, música que les sugiere una manera nueva de mirar la realidad y se desborda en la construcción de una nueva identidad.

La música *Manguebeat* surge en Recife, Pernambuco, en los años noventa y conquista a los jóvenes debido a sus características de hibridación cultural, visualizadas en la mezcla inédita de ritmos locales con componentes del *pop* internacional. La música compone, junto con otras formas artísticas, el movimiento *Manguebeat* –expresión cultural de algunos segmentos de la juventud de Recife– que engloba, además de un tipo de música específica, artes plásticas, moda y un cuerpo de ideas propias que imprimió, con su dimensión progresista, una renovación en la cultura local. La característica principal del movimiento es la utilización de símbolos de la cultura popular nordestina –especialmente de la recifense, como los urgidos en el ambiente biofísico (el manglar)<sup>4</sup> que caracteriza la ciudad de Recife, mezclados con los avances universales de la música electrónica *pop*.

---

<sup>1</sup> Estudios realizados en España (CALLEGO y GUTIÉRREZ, 1994) y Brasil (ZAGURY, 1996) sobre el consumo cultural de la juventud de estos países observaron que escuchar música aparece como el elemento más consumido por los jóvenes, seguido de la televisión.

<sup>2</sup> Sobre la relación de los jóvenes con los ídolos, ver el artículo de COSTA RIERA, J.1997, “*El feminismo Spiae y el marxismo Sony*” en *Revista El Viejo Topo*, nº108, junio, Barcelona, (17-28).

<sup>3</sup> Los grupos musicales de *punk rock*, propagaban sus ideas anarquistas usando un aspecto extravagante y un comportamiento antisocial, como Fred Vicius, principal ídolo punk de los años setenta. Para mayores informaciones, ver HEBDIGE, Dick, *Subculture: the meaning of style*, London, Methuen, Open University Set Boock, 1979 y ESSINGER, Silvio, *Punk, a anarquia planetária e a cena brasileira*, São Paulo, Editora 34, 1999.

<sup>4</sup> *Mangue* significa manglar, tipo de formación física muy común en la ciudad de Recife, ubicada a la orilla del mar y cortada por tres grandes ríos, lo que configura el tipo de terreno pantanoso que la caracteriza.

El objetivo principal del presente trabajo es detectar qué patrón de valores está contenido en las ideas divulgadas por las canciones *mangue* y cómo repercute este modelo en el imaginario juvenil. Por otro lado, para obtener la medida de estos significados, necesitamos entender la construcción de las ideas *mangue* expresadas en las canciones, cuyas letras revelan la convivencia de productos culturales tan diferenciados como el *pop* y la cultura popular local. La característica híbrida que se destaca en este producto cultural sufre una fuerte oposición por parte de sectores más tradicionales de la cultura de Pernambuco, que ve este nuevo tipo de música recifense como una deturpación de la cultura popular local.

La búsqueda de evidencias sobre los valores *mangue* exige la comprensión de la naturaleza de la hibridación que realiza el *Manguebeat*. En otras palabras, intentar comprender cómo esta forma musical urbana se relaciona con los elementos globales de la cultura occidental (que en términos musicales es el *pop*): de forma subordinada, como afirma la parcela de la cultura local más tradicional, o si en la metamorfosis que engendra puede observarse una “reinterpretación” de la cultura transnacional, que constituiría una *apropiación renovada*, como a la que se refería García Canclini (1990) al analizar las “culturas híbridas”.

En función de estas preocupaciones analíticas, surgen tres preguntas centrales que intentamos contestar a través de evidencias que aparecieron en los datos de las investigaciones realizadas en este estudio. Las respuestas tuvieron como guías categorías contenidas en hipótesis, que junto con las preguntas, exponemos a continuación.

Las indagaciones que funcionaron como guías para este trabajo son las siguientes:

1. ¿Cómo la música *Manguebeat* realiza su hibridismo cultural?
  2. ¿Cuáles son las características de la mediación que aporta entre los jóvenes y la realidad?
  3. ¿Qué visión de mundo procesa esta juventud a través de la representación de la música *mangue*?
-

Para establecer la relación entre los conceptos, con la intención de lograr evidencias para comprobar nuestras hipótesis, desarrollamos la perspectiva analítica en seis capítulos.

En el Capítulo I discutimos el concepto de cultura, concebida como *praxis social*, anclando las discusiones en el pensamiento de autores latinoamericanos, principalmente Néstor García Canclini y Jesús Martín-Barbero. Estos autores lideran una nueva forma de concebir las culturas en el espacio global que las aproxima y las convierte en híbridas, y hace desaparecer los límites entre las formas en que la cultura se vuelve visible, ya sea la erudita, la popular o la de masas. Éstos contemplan el prisma específico del problema en las realidades latinoamericanas en las que las transmisiones electrónicas de imágenes y de sonidos, componentes de consumo que llenan el cotidiano en estas sociedades, son fábricas de contenidos que piden nuevas prácticas sociales.

La transnacionalización de contenidos y de valores culturales vuelve próximas culturas distantes, antes alejadas por el hermetismo comunicacional que se rompe con el advenimiento de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación, y las hace penetrar en el universo de la cultura mediática globalizada. Nuevos componentes culturales se ponen en contacto con formas de vivencias tradicionales, lo que en el proceso cultural determina la mezcla de contenidos, la eliminación del aislamiento, provocando el derrumbamiento de viejas certezas y de superadas formas de relaciones.

En relación con este tema, Beatriz Salo (1997:102) afirma que “donde llegan los medios de masas, no pasan incólumes las creencias, los saberes y las lealtades”. Añadimos que la convivencia con realidades y comportamientos inéditos también pueden suprimir viejos tabúes y cambiar las relaciones interpersonales. En culturas tradicionales, por ejemplo, los roles atribuidos a las mujeres son de subordinación y de ausencia social en el espacio público, y la introducción de nuevos comportamientos, favorecida por el mercado, produce paulatinamente un cambio en el prestigio social de este segmento y en su inserción en la sociedad.

Al comprender que la asimilación cultural es una realidad en el contexto de mundialización actual, y que se hace cada vez más difícil encontrar *culturas puras*,<sup>5</sup> suponemos que los contactos interculturales entre lo global y lo local recifense encuentran un *inconformismo*, una *resistencia* cultural –como describió Miguel de Certeau (1994). Estos realizan una *re-construcción* de lo global, subvirtiendo de forma creativa los contenidos asimilados, como muy bien explica Daniel Miller (1996) al estudiar el contacto del “bacalao” caribeño con los mensajes culturales de televisión norteamericanos.

Por lo tanto para nosotros, la relación híbrida que los elementos folclóricos de la cultura popular realizan con los componentes exógenos del *pop* internacional, representa, en la música *Manguebeat*, una actitud de autonomía cultural y no una forma de subordinación. La visión tradicional que pregoná la pureza cultural, no acepta esta perspectiva y se olvida que en el imaginario individual los aspectos “sincrónicos” de la cultura funcionan con más vigor que los aspectos “diacrónicos”.<sup>6</sup> En el Capítulo I discutiremos las teorías que explican las relaciones que producen los contactos entre culturas.

Ante estas consideraciones, sostenemos, a título de hipótesis, que la rica cultura del Nordeste brasileño, resultado de la contribución de tres etnias, ha producido una *simbiosis*, es decir, la mutación de componentes globales apropiados por la cultura local, dialécticamente mezclados y materializados en un producto nuevo: la música *Manguebeat*. Los elementos de la cultura local se han preservado en estos productos musicales y son preservados en las canciones, en los temas, en la estructura del lenguaje, en los ritmos que confieren la personalidad a los sonidos, y son contrarrestados con contenidos de valores postmodernos.

Sin embargo, las referencias teóricas indispensables para realizar el análisis que aquí emprendemos, no estarían completas sin un recorrido por las teorías que caracterizan la contemporaneidad postmoderna, concretamente en lo referente a

---

<sup>5</sup> Esta concepción de mezcla cultural está defendida, entre otros, por Nestor García Canclini (1990, 2000), Jesús Martín-Barbero (1997), Carlos Monsiváis (2000) y Massimo Canevacci (1996), cuyas ideas están discutidas en el Capítulo I.

<sup>6</sup> Sobre la discusión de esta teoría antropológica ver MELLO, Luiz Gonzaga de, 1995, *Antropología Cultural: imagen, teoría e temas*.

sus efectos sobre el ser humano, sujeto de estos tiempos de cambios. Las visiones teóricas que también detallamos en el Capítulo I, aportan versiones sobre la naturaleza del ser humano contemporáneo, que en los contactos sociales evidencia cambios en sus actitudes ante la realidad y desarrolla nuevas identidades. Al vivir en un mundo globalizado que lo involucra en una gran multiplicidad de discursos y de sugerencias de posturas, muchas de ellas extrañas al patrón cultural que predomina en su contexto, establece distintas formas de convivencia con las novedades.

Así, ante las variadas y contradictorias interpretaciones de autores sobre las reacciones humanas actuales, concluimos que las teorías se aglutan en dos visiones. Una de ellas es la visión *Desencantada*, preconizada por una forma apocalíptica cuyo precursor es Friedrich Nietzsche (1970), cuando denunció el tiempo de la descreencia que se inicia con la “muerte de Dios” y la ascensión del individualismo hedonista en las actitudes humanas. Décadas después, el individualismo continúa siendo tema de especulaciones teóricas en autores como Christopher Lasch (1991) y Gilles Lipovetsky (1996) que refuerzan esta perspectiva negativa sosteniendo que el predominio del individualismo extremado, que supone apenas la existencia del *Yo* para quien los *otros* no existen, determina una apatía propia de un individuo narcisista. La versión de Lipovetsky, que ve al individuo postmoderno prisionero de las garras del vacío existencial, está corroborada por la interpretación de Helena Béjar (1993) a través de la descripción de la personalidad “proteica”, cambiante al infinito, que se desprende de sus referencias íntimas y culturales.

La otra visión del individuo contemporáneo es la *Redentora*, que percibe en las tribus urbanas la emergencia de formas de ligaciones emocionales, diferenciadas y solidarias, modulando una nueva socialización, alejada de los patrones tradicionales socialmente vigentes, pero tan intensa como las antiguas relaciones. El “tiempo de las tribus” no es un momento de desesperanza pues, según Michel Maffesoli (1996), estos individuos escenifican una versión innovadora de aglutinación humana. Esta corriente positiva se identifica con la interpretación

ecológica y de protesta contra los principios de la sociedad de consumo que materializa y transforma en mercancías los sentimientos, los deseos y las relaciones.

Los jóvenes son los individuos que se oponen a esta deshumanización y contestan con posturas más visibles en los años sesenta, con la filosofía *hippie*, y en los setenta con el desbragado nihilismo *punk*, asumidas en todo el mundo por segmentos específicos de la juventud. Una de las hipótesis que construimos sobre la subcultura estudiada es que los patrones que componen la visión del mundo de los jóvenes *Manguebeat*, basada en la música *mangue*, tienen una cierta proximidad con los principios más optimistas de estas tribus.

En el Capítulo II describimos, a grandes rasgos, los elementos que integran la cultura musical brasileña, con la intención de descodificar para el lector los elementos singulares que la componen. Este recorrido se inicia con la *samba*, el ritmo asociado al propio espíritu de *brasilidad*, y se da un especial énfasis a la música realizada por la juventud bajo la influencia del *pop* internacional, hasta llegar a los años noventa donde se realiza una verdadera revolución en el escenario de la agotada creatividad musical del país: la música *Manguebeat*. Esta expresión musical nace en una zona desprestigiada por la industria cultural, la región Nordeste, y realiza con su propuesta de simbiosis cultural una modernización en las manifestaciones de la cultura popular, convertida en baile y música para ser apreciada únicamente como espectáculos folclóricos tradicionales, entronizándola como una práctica social que se disemina entre los jóvenes de todas las clases sociales.

En el Capítulo III, caracterizamos los elementos de nuestro estudio: el movimiento *Manguebeat*, un poco de su historia, sus personajes, sus ideas y principalmente las características de la música que con su apropiación de estilos, de contenidos y ritmos pertenecientes a la cultura popular, consigue una mezcla híbrida, al juntar lo local con los componentes musicales *pop*, presentes en todo el mundo. Como afirmó Chico Science: "Deseamos crear una música que no sólo sea local o brasileña, sino que sea global!"(TELES, 1997).

Como ya consideramos anteriormente, un análisis académico debe utilizar como referencia el contexto en el que ocurren los hechos analizados. Por este motivo, en un apartado del Capítulo III también se describe la ciudad de Recife, con sus contradicciones, sus iconos, su belleza natural y la trágica vida de un segmento de la población sometido a fuertes prácticas de desigualdad social. Para aportar esta realidad, comentamos la visión de Josué de Castro (1965 y 1967), un intelectual recifense cuya obra tiene repercusión internacional. A partir de su obra, los precursores del *Manguebeat* crean una metáfora para denominar *mangue* a su movimiento. La analogía se establece entre la diversidad del ambiente geográfico del manglar, en el que conviven infinitas especies animales y las múltiples expresiones musicales que un gran número de bandas del movimiento desarrollan.

También en un apartado del Capítulo III describimos a los jóvenes que se dicen adeptos al movimiento, conceptualizando inicialmente la juventud en general y los roles sociales que desempeñan, a partir de algunas definiciones utilizadas por ciertos autores para describir a este segmento generacional que ha abandonado la niñez y trata de alcanzar la edad adulta. Como una subcultura, no puede ser considerada de ámbito universal pues, como afirma Stuart Hall (1986), está delimitada por las peculiaridades de los contextos circundantes en los que se ubica y por la clase social a la que pertenece, lo que determina, también, el tipo de consumo al que tiene acceso. Por lo tanto, las características juveniles están determinadas por las prácticas económicas y por las creencias culturales, y no por la edad.

Consideramos que las condiciones concretas de vida y las posibilidades de acceso al consumo son elementos determinantes en las formas de relacionarse de los jóvenes con las representaciones musicales. Las letras de las canciones, debido a la importancia de la música y a su enorme consumo entre la juventud, aportan sentidos simbólicos que son absorbidos por la audiencia juvenil y producen señas de identificación. Los movimientos musicales en general surgen en ambientes socioeconómicos que están al margen de la estructura social formal, como el *funk* en las chabolas de Río de Janeiro, el *hip-hop* en contextos periféricos de São Paulo y el *Manguebeat* en los barrios proletarios de Recife. Son productos híbridos que

utilizan componentes musicales ajenos (el *funk*, el *reggae*, el *punk-rock*, entre otros) para expresar la invisibilidad social que sufren, a la búsqueda de ocupar espacios en el territorio de las clases dominantes (YÚDICE, 1997).

Para aclarar las indagaciones que abordamos en este estudio, en relación con la subcultura *mangue*, planeamos obtener datos para explicar cómo los jóvenes interpretaban la realidad y se reconocían en ella. Pensamos que era prioritario conocer las actitudes de estos individuos ante la vida, es decir, sus prioridades axiológicas, y si éstas estaban enmarcadas en los principios orientadores que se revelaban en las letras de las canciones *mangue*. Estos discursos parecían estar fundamentados en ideas postmodernas, definidas como parte de la visión *Redentora* de conceptualizar la realidad, construcción teórica expuesta en el Capítulo I.

Los objetivos definidos para la percepción de los textos eran, en primer lugar, conocer el tipo de hibridismo que el *Manguebeat* realizaba, lo que tenía estrecha relación con los valores que expresaban en sus ideas. Después, saber si las prioridades de valores sugeridos a su audiencia serían semejantes a las que estaban definidas en una matriz construida con los principios que consideramos postmodernos.

Estas prioridades, en nuestra concepción, estaban orientadas a principios contraculturales, en el sentido de que éstos representaban una nueva propuesta de ruptura de valores impuestos por la sociedad formal dominante de Recife.

Suponemos que la actitud contestataria de los artistas *Manguebeat* y de sus seguidores, y la preocupación por denunciar las condiciones de desigualdad social que prevalecen en el ambiente de la ciudad, provocan una reacción de rechazo por parte de los sectores sociales dominantes. Esta oposición velada que sufren los *mangueboys* y las *manguegirls* podría incentivar la solidaridad de sus relaciones intergrupales.

Para obtener evidencias sobre estas relaciones, describimos en un capítulo específico (el Capítulo IV) los procedimientos metodológicos utilizados en las investigaciones realizadas, descritas en los Capítulos V y VI. La metodología

adoptada en la búsqueda de las evidencias define la integración de los métodos cuantitativos y cualitativos en las investigaciones. Justificamos esta opción con las palabras de Eduardo Bericat (1998) que defiende el uso complementario de estas dos construcciones metodológicas cuando afirma que:

“Cada vez es más evidente que la separación entre ambas, su mantenimiento en compartimentos estancos y la imposibilidad de rebasar las fronteras establecidas, limitan seriamente las posibilidades de la ciencia para alcanzar *descripciones* o *cuantificaciones*, *comprensiones* o *explicaciones*, *críticas* o *legitimaciones*, válidas, precisas y viables de la realidad social” (BERICAT:1998:17-18).

Siguiendo esta idea, consideramos que para la búsqueda de evidencias más adecuado era utilizarse el análisis de contenido, para percibir en las letras algunos sentidos expresados a través de símbolos que se podrían cuantificar. También consideramos importante complementar la interpretación de los datos cuantitativos con la lectura cualitativa de los sentidos simbólicos de las letras, referenciándolos en el contexto en el que se construyen los versos. La descripción de todas las técnicas utilizadas, de los procedimientos realizados y del marco teórico que los fundamentó están detallados en este capítulo específico.

Cuanto al examen de la realidad de las actitudes juveniles ante la vida, consideramos que estos aspectos serían aclarados analizando la jerarquía de valores que los jóvenes adeptos al *Manguebeat* tomaban como guías de sus conductas cotidianas. Aplicamos como procedimiento metodológico la técnica consagrada por la Psicología Social que Simon Schwartz utilizó en varios estudios sobre valores, entre ellos el realizado en 1993, con una muestra de 37 naciones. Álvaro Tamayo (1995) participó en esas investigaciones, coordinando los datos de Brasil. Este autor ya había realizado estudios sobre la mentalidad brasileña con esta misma metodología. Estos análisis han sido fundamentales como referencia en nuestras investigaciones sobre los jóvenes *mangue* y en la construcción de las matrices de valores expuestas en el Capítulo I.

La encuesta, de carácter cuantitativo, empleó como instrumento de recogida de datos un cuestionario que contenía 21 opciones de valores, parte integrante de

las dos matrices de valores (Integrada e Innovadora), que debían ser puntuadas de 0 a 7 (0 para los valores contrarios a los principios del encuestado y 7 para los valores más importantes). Fueron entrevistados noventa jóvenes de ambos sexos, entre 15 y 29 años. El contenido de los cuestionarios fue sometido a cálculo estadístico y se hizo la media de todas las opciones que compone el gráfico de la Jerarquía de Valores, que aparece en la página 298, del Capítulo VI.

En el instrumento de recogida de datos para identificar la preferencia juvenil de los valores, incluimos una pregunta abierta que indagaba sobre los motivos que hacían identificarse a los entrevistados con el *Manguebeat*. Los discursos resultantes de las respuestas han sido sometidos al análisis de contenido cualitativa, con la interpretación basada en elementos contextuales. Finalmente, las dos clases de valores (de las letras *mangue* y de la juventud), obtenidos en las investigaciones, han sido confrontadas y los resultados de las proximidades y discontinuidades de los dos tipos de valores utilizadas para mejor compresión del objeto estudiado.

A título de conclusión, intentamos teorizar sobre los resultados aportados en las investigaciones efectuadas, para comprender mejor las redes de interrelaciones que los contactos entre las culturas producen, modificando valores, principalmente entre los jóvenes. Partiendo de las cuestiones centrales relacionadas en el inicio de este trabajo, operamos inferencias a partir de comparaciones con las teorías aportadas como marco referencial, para emprender conclusiones sobre el objeto analizado.

Las consideraciones iniciales de este estudio están fundamentadas en la perspectiva teórica según la cual el contorno de supervivencia de las formas culturales locales se explicitan a través de la preservación de las creencias en el imaginario social. Éstas fundamentan los actos culturales y los valores simbólicos que se consolidan en las actitudes de los seres humanos ante el mundo, y definen los principios con los que reaccionan en la realidad cotidiana.

Los datos aportados en las investigaciones revelaron la valorización de la cultura local por parte de los jóvenes, traducida por su consumo y práctica diaria. La preservación de la visión lúdica y de la solidaridad grupal son valores que se mezclan con el hedonismo y la transitoriedad de sus relaciones y pasiones, actitudes propias de la postmodernidad, presentes en los discursos de la juventud *Manguebeat*.

**CAPÍTULO I**  
**LAS IDEAS POSTMODERNAS**  
**EN LAS CULTURAS Y EN LA JUVENTUD**

## **1.1. TRANSCULTURACIÓN Y PRESERVACIÓN CULTURAL**

Una de las consecuencias contemporáneas más notables y significativas dentro del contexto de postmodernidad en este principio de siglo es la circulación indiscriminada de ideas y de componentes culturales en el ambiente social de todas las naciones. Este movimiento de intercambios simbólicos, de acuerdo con la visión de preservación de un nacionalismo radical, posibilita la descaracterización de elementos tradicionales de las culturas nativas. Esto hecho se produce con la ocurrencia de la circularidad de informaciones y de su consumo, que sugieren nuevas formas de expresión cultural contribuyentes al cambio de los conceptos peculiares de cada nación en que circulan.

Algunos autores, cuyas ideas se discutirán más adelante, afirman que el eje de sustentación de las formas de expresión nacionales está representado por la cultura popular y la preservación de sus singularidades es el factor fundamental para la conservación de la identidad de una nación. Otra forma más actual de definir la cultura desconsidera el tradicionalismo y piensa la cultura como praxis vivida por los individuos en sociedad. Aunque admite que la cultura del pueblo realmente cementa la estructura de conceptos y de valores nacionales y forma el cuerpo paradigmático de la propia identidad social, la considera sensible a los cambios, como elemento social que es.

Sin embargo, en el mundo actual las especificidades de las naciones, que durante mucho tiempo estabilizaron el mundo social, están en permanente mutación, sitiadas por nuevas creencias y relaciones sociales, de manera que el individuo postmoderno, concebido como un ser unificado en la Modernidad, se fragmenta y asume identificaciones nuevas y contradictorias. Esta crisis de identidad se entiende como parte destacada del proceso más amplio de cambio que “está desplazando las estructuras y procesos centrales de las sociedades modernas y estremeciendo los cuadros de referencia que daban a los individuos una anclaje estable en el mundo social” (HALL, 1996:1).

La preservación del universo simbólico de un pueblo sería expresada por un mapa cultural exclusivo y original construido por una comunidad a través de los tiempos y definido como un sentido común, concepto ideal que carece de traducción

literal en la realidad. Para conseguir este sentido de identidad, las naciones procuran resguardar la continuidad de sus parámetros de autoidentificación. Como estrategia, utilizan la preservación de la cultura popular, por considerarla uno de los elementos que más simbolizan la memoria y la identidad nacional. Pero, al prestigiar las manifestaciones populares, a la vez de insertarlas en el consumo cultural de la población, arbitrariamente ejercen sobre ellas un control para que mantengan sus contenidos arcaicos y originales, lo que las tornan meras expresiones del folclor, formas idealizadas que no hacen parte del cotidiano social, usadas para la formación de un consenso conveniente a una élite dominante (GARCIA CANCLINI, 1990).

Renato Ortiz (1994b), al analizar la cultura brasileña en la formación de la identidad nacional, se acoge a un concepto más amplio de cultura, y considera que esta perspectiva conservadora de situar la cultura popular de una nación es una forma arcaica de entender las relaciones culturales, basada en el sentido de hegemonía que la burguesía mantiene sobre las clases populares y que se apoya en la tradición. En el caso brasileño, el folclor está relacionado con la ilustración de las capas tradicionales de la burguesía agraria nacional, que valorizan la tradición como presencia del pasado, y ven el progreso como una “desralización” del saber popular (ORTIZ, 1994b: 70 -71).

“A pesar de la diversidad, la noción de cultura popular como folclor recupera invariablemente la idea de ‘tradición’, ya sea en la forma de tradición-supervivencia o en la perspectiva de memoria colectiva que reacciona de forma dinámica en el mundo de la praxis”(ORTIZ, 1994b:70.).

Esta forma conservadora de pensar que la producción del pueblo es capaz de sedimentar la memoria y el sentido de identidad de una nación, también es contestado por Florestan Fernández (1978). El autor analiza el folclor como una necesidad histórica de la burguesía europea de crear señas de identidad. Esta postura asumida por la élite dominante incurría en una dimensión de retraso, de imposibilidad de acompañar el tiempo social, pues al que desdeñase la cultura popular como un saber tradicional de las clases subalternas, necesitaba de reconocerla como fuente de memoria social:

"Tal concepción legitimaría la existencia de una dicotomía estructural en la sociedad; por un lado tendríamos una élite que se consolidaría como fuente y promulgadora del 'progreso, por otro, las clases subalternas, que representarían la permanencia de formas culturales que arqueológicamente se acumularían como legado de un pasado lejano" (FERNANDES, 1978:70).

Observando la realidad, no se puede garantizar la circulación de una mentalidad única en una sociedad, por la imposibilidad de obtener en el trato cotidiano la uniformidad de manifestaciones culturales. En la relación diferenciada que los individuos mantienen con la producción económica y con el consumo, lo que configuran posiciones distintas para ellos en la sociedad, se definen la circulación y la formalización de distintos tipos de estructuras mentales.

Las acciones culturales, las creencias y las prioridades axiológicas que explican la mentalidad nacional reflejan las ideas del segmento social que detiene el poder económico y político, en busca de un consenso. Esto se expresa como cultura hegemónica a través de parámetros que son más convenientes a sus pretensiones. Estas ideas son vendidas a toda la nación como cultura nacional y tienen como contrapunto la cultura popular, manifestaciones espontáneas del pueblo, basadas en una realidad que es contradictoria y distante del modelo impuesto oficialmente.

En la realidad el tratamiento es desigual para las expresiones culturales de segmentos sociales populares que necesitan y que no tienen un apoyo mayor del Estado, lo que torna inconsistente y sin correspondencia en la realidad el concepto de sentido común frequentemente utilizado por el discurso oficial para justificar sus actitudes discriminatorias. Las distinciones entre los segmentos sociales revelan asimismo el tratamiento diferenciado que reciben del Estado, contrastando con la legitimidad del consenso social propuesto, que reposa en la propia aceptación del sentido común incorporado al concepto (SCHERLLING, 1993).

Por lo tanto, el repertorio que conforma la identidad nacional está interpretado de manera diferente por los diferentes sectores que componen una sociedad, ya que lo perciben de distinta forma según los ambientes sociales en los que conviven. Los valores culturales, aunque tengan una matriz de referencia única

para todos, son asimilados en consonancia con las circunstancias de sus relaciones concretas de existencia. En este sentido, “los hombres (y añadimos, las mujeres) se reproducen a sí mismos como ‘individuos sociales a través de las formas que asumen sus producciones materiales” ( HALL, 1989:98).

Uno de los conceptos claves de nuestro referencial teórico es el de la cultura popular, por la importancia que representa en la música Manguebeat. Este concepto ha sido tema de muchos análisis sobre la cultura y discutido a partir del contraste entre tradición y la modernidad. Las dos dimensiones contradictorias y opuestas, contextualizadas en el momento de postmodernidad y de transnacionalización de contenidos culturales, originan diversas teorías que serán discutidas en este capítulo, sobre el que se basarán los análisis que realizamos sobre nuestro objeto de estudio.

Echaremos un vistazo rápido a las definiciones de cultura popular elaboradas por vários analistas. Dentro ellos, Mijail Bajtin (1987) analiza al concepto tal como era concebido en la Edad Media, y Michel de Certeau (1994 y 1996) lo estudia como forma de producción característica del pueblo, que resiste a la imposición oficial. También queremos ahondar en las formulaciones más actuales que estudian la cultura popular en convivencia con la transculturación contemporánea, concretamente las versiones latinoamericanas de Jesús Martín-Barbero (1997, 1984) y de Néstor García Canclini (1990), que introducen sus teorías y abren espacio para discutir la oposición entre las varias definiciones que asume el concepto de cultura ante la realidad de la globalización.

Analizando el texto de Rabelais, Mijail Bajtin (1987) enfoca la cultura popular como una cultura “no oficial”, milenaria, de la plaza pública, del humor popular, del cuerpo; ésta se opone a la cultura “oficial” que tiene un tono austero, feudal y religioso. Así, la cultura popular sería sinónimo de cultura “carnavalesca”, que expresa en su comicidad una cosmovisión humana diferente de la oficial y sigue la pauta de lo cómico-burlesco para realizar una parodia de la vida y de la cultura oficial - letrada y clerical. Bajtin también propone una circulación entre la cultura oficial y la cultura popular, en la que ésta última opera una apropiación simbólica sobre lo que es letrado para, de esta forma, irrumpir en la cultura “alta”, parodiando las jerarquías, los valores y los mitos que le son propios,

mediante el mecanismo de la inversión y de lo grotesco. Esto funciona como un proceso de “resistencia”, a través del cual el pueblo mantendría su espacio de libertad. Por esta noción, aparece una dicotomía cultural en la que se visualiza la influencia recíproca entre “cultura alta” (la de las élites) y “cultura baja” (la del pueblo).

En la época actual, el concepto de cultura popular puede ser trabajado a partir de tres nociones claramente definidas, en las que percibimos posturas 1) de *asimilación*, 2) de *resistencia* y 3) de *apropiación* (mezcla consciente).

1. La práctica de *asimilación* substituye en el consumo diario la cultura popular por la cultura de masas como forma cultural hegemónica y excluyente, la que da cuenta de todas las demandas culturales de la sociedad.

Esta posición establece que la producción masiva terminaría por anular y sustituir la popular - elaboración de *segunda clase* - que en su tradicionalismo y impermeabilidad a los cambios se tornaría repetitiva e ineficiente como forma de expresión de la gente. La entrada de una sociedad en la modernidad (que definimos como contemporaneidad, o mejor, como postmodernidad) haría cambiar el mapa mental de los segmentos populares, que rechazarían los artefactos y eventos que componen sus raíces, espejo de su vida cotidiana, elementos que reflejan las idiosincrasias de su condición socialmente desprestigiada (NACHBAR y LAUSE, 1988). Esta postura de adaptación a los parámetros de la cultura dominante y el abandono de prácticas populares niega la importancia de la socialización que inocula en los imaginarios individuales las creencias y los valores que forman la identidad cultural de un pueblo.

2. La postura de *resistencia* caracteriza la manera como el popular reacciona ante la dominación simbólica, a las prácticas impuestas por la cultura alta y a la de masas, que se revela en posturas ambiguas del pueblo que aparentemente pueden ser identificadas como *actos de evasión*.

La resistencia del popular, como no utiliza la contestación frontal a los elementos que le son impuestos, puede ser confundida como postura pasiva de aceptación de estos contenidos. Empero, a través de los actos cotidianos, del uso de estrategias invisibles ocurre la negación que posibilita la manutención de su carácter original y el rechazo de los elementos novedosos que no interesan a realidad popular. De este modo, aunque aparentemente las conductas de las clases subalternas imiten y consoliden ritos asimilados de la cultura impuesta, en las prácticas sociales y culturales diarias estos no se reproducen. El proceso se configura con la presencia de aparente postura evasiva o alienada, que en el fondo enmascara la resistencia velada, que convenientemente evita la captura y el enfrentamiento directo por conocer su debilidad ante los sectores dominantes. De esta perspectiva, la cultura popular actúa como forma erosiva, que amenaza desde adentro y que niega la proposición de sumisión y de omisión.

Basándose en las investigaciones que realizó, Michel de Certeau (1994) concluye que esta posición metafórica reafirma la “*ratio popular*” (el arte de hacer las cosas) con la que las clases populares crean, utilizan y transforman el cotidiano. Presenta como ejemplo de sus conclusiones el uso del lenguaje, cuyo sistema formal de la lengua es contestado por el pueblo que le impone una marca personal. Lejos de ser un receptor pasivo de los objetos y de las prácticas culturales impuestas por la cultura formal, sistemáticamente transmitidas por la cultura de masas, el pueblo es productor de prácticas secundarias, subterráneas, que utilizan el material y los contenidos presentes en el arte de reciclar y transformar. El ser humano anónimo emplea la astucia, con una postura discretamente transgresora, juega, transforma y desorganiza los mecanismos de control del sistema que monopoliza los criterios de lo que se define como *moderno* y *adecuado*, y re-apropiase de los lugares organizados por las técnicas de producción, adaptándolos y usándolos en provecho propio.

Como un segmento del orden dominado dentro de los abarcadores márgenes del sistema, el pueblo “realiza una metáfora del orden dominante: haciéndola funcionar en otro registro” (CERTEAU,1994:93). Las producciones del pueblo en contraste con la estética oficial son consideradas grotescas y anárquicas, e interpretadas de la siguiente manera por el autor:

“Lo que se llama ‘vulgarización’ o ‘degradación’ de una cultura sería entonces un aspecto caricaturizado y parcial de la represalia que las tácticas utilizadoras asumen del poder dominador de la producción” (CERTEAU, 1994:95.)

Este dominio es en el que ocurren estas prácticas populares, es decir, donde la producción de sentidos y del consumo es visualizada como el lugar de la “racionalidad conquistadora de las sociedades occidentales”, cuya matriz es la *escritura*. Así, la producción “silenciosa y fugaz de los seres anónimos” (el pueblo) de estas sociedades - “caza furtiva” en el territorio del otro (la clase dominante) se realiza a partir del consumo, que tiene como modelo la *lectura* (CERTEAU, 1994:96).

En este sentido, lo que se define como resistencia cultural extrapolá la concepto de permanencia y preservación de elementos que deben ser intocables para que permanezca la postura que niega la realidad de los cambios sociales y la percepción de que las formas culturales se someten a una praxis, la que garantiza su reproducción como elemento vivo y latente. Como dijo Alfredo Bosi (1999), “resistencia presupone diferencia: historia interna específica; ritmo propio; modo peculiar de existir en el tiempo histórico y en el tiempo subjetivo” (BOSI, 1999:10). Sin embargo, esta noción de resistencia cultural, no se resume sólo a la cultura popular, específica de los pobres, de los iletrados, de los que viven “en el límite de escritura” (AUGÉ, 1996:87). Tomamos la noción para hablar de la cultura denominada erudita (que también es parte de la cultura de un pueblo, como la popular), que guarda en contacto con contenidos exógenos una cierta capacidad de preservación, de resistencia intencional o inconsciente, aunque se encuentre rodeada por las poderosas sugerencias de los medios masivos de comunicación.

En resumen, lo que se define como *resistencia cultural* es una reacción natural de elementos tradicionales (creencias, valores y costumbres) de una cultura que son confrontados con propuestas de cambio radicales e inéditas en la realidad social. En el momento actual, de contactos transnacionalizados amplios y frecuentes entre culturas diversificadas, lo más racional es asumir una actitud de *apropiación* conciente, que pasamos a analizar. Admitir la sustitución de hábitos sencillos individuales y puntuales no es contradictorio con la idea de permanencia y

de preservación de contenidos intrínsecos de la cultura, que permanecen intocables y garantizan la identidad nacional. Esa parte sustantiva de la fisonomía de una nación permanece viva mientras sea avalada por la praxis cotidiana, que la mantiene como algo vivo y latente (MELLO, 1995).

3. En el supuesto de la situación de *mezcla consciente*, también definida como *a apropiación*, la cultura popular absorbe algunos elementos inéditos con los que entra en contacto y produce una novedosa versión de sus mismos contenidos. Lo que surge no es un producto cultural nuevo, sino una adaptación de antiguos modos de hacer con apariencia renovada.

Volvimos a los conceptos de *escritura* y *lectura*, que como procedimientos complementarios y antagónicos bajo los que se articulan las prácticas cotidianas, también pueden explicar la postura de apropiación. Según Marc Augé (1996), la *escritura* es el arquetipo del control y del dominio de la modernidad occidental, el lugar de producción y orden, y la *lectura* es el espacio modélico del consumo y de la creatividad solapada. Este se configura como el espacio en el que se introduce la concepción de *a apropiación* de la cultura popular, un sinónimo de prácticas cotidianas de la gente. Según esta idea, la cultura popular no se escritura como una contracultura minoritaria y marginal o como una subcultura de un segmento poblacional. Tampoco se concibe como tradiciones muertas que tienen la apariencia de objetos nostálgicos de museos, ni se asemeja a la cultura de masas, uniforme, pasiva, reproductora y fría.

El concepto de *a apropiación* también es trabajado por Michel de Certeau (1996) que lo aplica a sus estudios para referirse a las prácticas cotidianas de la gente que son vividas a través del uso de estrategias de supervivencia que garantiza espacios ocupando asumiendo novedades en los productos de la cultura popular que al introducirlas se insiere en la modernidad. Los nuevos contenidos con los que se rebosan esas prácticas amplían su actuación y no permite que se los vean como resultados subculturales de segmentos minoritarios o socialmente marginales.

Consideramos que, en nuestro contexto socio-cultural, este des prestigio de las manifestaciones populares sería percibido a través de la invisibilidad que la

industria cultural y la cultura oficial someten a estas formas artísticas que son tratadas como *folklore*. Los productos del arte del pueblo suelen ser divulgadas y utilizadas como tradición en eventos didácticos y no como prácticas que deben ser habituales en la estructura cultural de una nación. Así, a la producción artística del pueblo (música, baile, artesanía) se la relacionan a una forma muerta de cultura, según la concepción oficial del poder, que estimula su reproducción sólo en momentos puntuales y hace que se articule entre los segmentos subalternos una concepción del mundo despegada de sus raíces culturales (ORTIZ, 1994b).

Concluyendo la discusión vimos que las tres nociones analizadas anteriormente mantienen la separación entre las formas de cultura de una nación y restringe el popular a un espacio subalterno y arcaico, que para supervivir debe mantener intocables y monótonamente repetibles sus manifestaciones. Creyendo en la presencia de la *hibridación cultural* como característica de las culturas actuales, aceptamos que la división entre formas de expresión culturales, erudita, masiva y popular, se anula aunque mantengan sus alteridades e idiosincrasias. Las tres formas de definir la cultura se mezclan bajo este concepto que las reúne en un cruce dialéctico.

## 1.2. LOS PROCESOS DEL HIBRIDISMO CULTURAL

En relación con la convivencia en las culturas de los contenidos transnacionales, Néstor García Canclini afirma que en la actualidad se vuelve insostenible la división entre lo *popular*, lo *culto* y lo *masivo*, porque la división académica entre disciplinas ha hecho cambiar la forma de concebir el concepto de cultura.

“La división entre culto, popular y masivo sólo parece sostenida en los medios académicos por el interés del mercado cultural y del poder universitario de mantener los tabiques para simular distinciones entre clases sociales y profesiones. Es una manera de sostener los ritos y normas de prestigio que justifican la existencia de cada territorio (social y disciplinario). Pero esta compartmentación es uno de los mayores obstáculos a la hora de entender los cruces incesantes que se producen en nuestra cultura” (GARCÍA CANCLINI, 1986:68).

En su postulación, García Canclini, adoptando una postura crítica, relaciona la importancia del mercado, afirmando que el arte debe ser analizado como elemento de un contexto histórico, sometido al económico, y que debe ser estudiado como proceso social y comunicacional. Como consecuencia, toda forma artística representa y realiza las condiciones materiales de producción, y las maneras de representación y percepción son consecuencia del modo de reproducción del arte ya que varían con éste. Son formas diferenciadas que se articulan por la apropiación desigual que consiguen de los recursos materiales disponibles en la sociedad. La designación de *popular* para la cultura de la gente, se funda por el hecho que el elemento principal de estas manifestaciones de las clases populares es el trabajo que ellas producen en sus fases de opresión y de liberación. Por lo tanto, “las culturas populares se configuran por un proceso de apropiación desigual de los bienes económicos y culturales de una nación o etnia por parte de sus sectores subalternos, y por la comprensión, reproducción y transformación real y simbólica de las condiciones generales y propias de trabajo y de vida” (GARCÍA CANCLINI, 1984:62).

Sobre las concepciones de cultura que designan como conceptos estanques los de *arte culto*, *arte de masas* y *arte popular*, fruto de una concepción clasista de la cultura, el autor propone una categorización que se basa en los modos con que los sistemas estéticos se cruzan en el espacio social y organizan formas mixtas de representación y de construcción simbólica. Como productos llenos de marcas sociales, las producciones de arte son objetos culturales que no se limitan a las categorizaciones formales de la producción artística. En el trato de la cultura popular con la cultura de élite afloran relaciones muy tenues de *imposición*, *aceptación* y *préstamo*, además de *apropiación*, ya que entre el territorio de lo popular y de lo culto existen límites flotantes (HALL, 1981).

En el análisis de la cultura popular se debe elegir como concepto referencial el *consumo*, la apropiación desigual de productos que diferencia a las clases sociales y que pone en evidencia sus demandas y su posición en la generación de bienes en el sistema social. En el momento actual, la reorganización de las sociedades es un hecho real y debe ser pensado, no solo en relación con la economía sino también con la cultura y con lo social, desde la posición monolítica que asume el Neoliberalismo. La globalización indica que el concepto de totalidad

apunta a la acción de las empresas, de los medios de comunicación y de los poderes transnacionales, que están ubicados entre sí. Hay que pensar, dice Canclini, que en esta totalidad se relacionan *diferencias* que deben ser consideradas para que el sistema no produzca más desigualdades (GARCÍA CANCLINI, 2000).

Así, es necesario establecer un nuevo paradigma para leer los complejos procesos culturales contemporáneos que no pueden dejar de lado a todas estas variables que están involucradas en ellos. El conocimiento de las culturas como culturas *híbridas* conlleva a la imposibilidad de pensar el consumo sólo como dependencia de la industria cultural norteamericana, como se planteaba en los años sesenta y setenta, que extrapolaba las condiciones de imperialismo económico a las relaciones culturales entre naciones dominantes y dominadas. Estas consideraciones tenían su razonamiento anclado en el predominio hegemónico de las producciones norteamericanas en los mercados mundiales, principalmente en los del mundo subdesarrollado (SCHILLER, 1993). Actualmente, la dependencia en estos espacios, principalmente en los de Latinoamérica, se ha ampliado a otros monopolios de carácter regional, como Televisa o la Rede Globo, que rellenan los ambientes diversificados de las naciones del continente. Sin embargo, García Canclini alerta sobre el hecho de que, aunque estas redes de audiovisuales estén compitiendo en el mercado global con la industria cultural norteamericana, que mantenía hasta los años ochenta la hegemonía, éstas no producen una excelente divulgación de contenidos en sus mercados domésticos debido a las limitaciones de acceso interno:

"La manera de conectarnos a la globalización tiene como contrapunto el despojo de los recursos culturales y el desaliento de la capacidad de producción endógena. En la distribución de ganancias del sector audiovisual, las empresas estadounidenses obtienen el 55 por ciento del total, las europeas el 25, Asia el 15 y los países iberoamericanos el 5 por ciento (GARCÍA CANCLINI, 2000:157-158).

Por otro lado, la globalización es una productora de *mestizaje*, pues confronta la *verdad cultural* de las naciones con la trama de modernidades y discontinuidades culturales, mezclando memorias e imaginarios nativos y globales, lo rural y lo urbano, lo popular y lo masivo, haciendo de la comunicación una cuestión de *mediaciones*, no solamente de conocimiento sino de re-conocimiento. Siguiendo este enfoque, tenemos la versión de Jesús Martín-Barbero(1997) que

analiza la cultura popular en el contexto contemporáneo, como elemento que sostiene la vida diaria de la gente, y definido como *cultura regional*. “Es el reconocimiento de la historia: reapropiación histórica del tiempo de modernidad latinoamericana y su descompás encontrando una apertura en el embuste lógico con lo que la homogeneización capitalista parece agotar la realidad del actual. Pues, en América Latina la diferencia cultural no significa como tal vez en Europa y Estados Unidos la disidencia contracultural o el museo, pero la vigencia, la densidad y la pluralidad de las culturas populares, el espacio del conflicto profundo y una dinámica cultural incontrolable” (MARTÍN-BARBERO, 1997:16).

Los cambios en la última década hacen evidente que no se puede hablar de popular para designar únicamente a las culturas indígenas o campesinas, pero que se involucran las tramas espesas de mezclas, de deturpaciones de lo urbano y de lo masivo. Los contenidos masivos son consumidos en un cotidiano traspasado por prácticas sociales originadas en la memoria colectiva. El universo de los individuos, a la hora de la recepción, está incrustado en modelos mentales y en un imaginario que refleja sus condiciones reales de existencia.

Así, la cultura de una región representa un patrón de creencias, de principios y de actitudes que van a determinar prácticas culturales particulares, que manifiestan una mentalidad. Son definidas como competencias culturales, modos de percepción y producción simbólicos (MARTÍN-BARBERO, 1997).

De este modo, debemos tener en cuenta que no existe un solo tipo de lectura o recepción de los sectores populares, hay experiencias y lecturas diferentes que el público popular realiza, tanto como el público letrado. Las culturas regionales son lo más vivo de las naciones, pues expresan las peculiaridades del pueblo. La tentativa de la cultura oficial de utilizar algunas de esas prácticas que no se repiten en todas las regiones de una nación, como *cultura nacional*, ya sea la cocina, la artesanía, el baile o la música, realiza una agresión a las propias tradiciones que pretende preservar (JACKS, 1995). <sup>7</sup>

---

Sobre el tema, ver también, JACKS, Nilda,1999, Querência, Cultura regional como mediação simbólica: um estudo de recepção, y PENNA, Maura, 1992,O que faz ser nordestino. Identidades sociais, interesses eo “escândalo Erundina”.

Este acto de fuerza desconoce la importancia de las prácticas culturales, que según Martín-Barbero se realizan diferentemente en el cotidiano de segmentos sociales desiguales, que tienen acceso distinto al consumo de bienes y que desarrollan formas peculiares de vivenciar los contenidos culturales. La imposición por la clase dominante de un patrón cultural único es una afirmación de la hegemonía de un segmento sobre otros, lo que caracteriza una violencia. Por eso:

“La identidad de las naciones no hace frente únicamente a la homogeneización descarada que viene de lo transnacional, sino a aquella otra, que viene enmascarada, viene de lo nacional en su negación, deformación y desactivación de la pluralidad cultural que constituye a estos países” (MARTÍN-BARBERO, 1997:225).

Las competencias culturales, modos diferenciados de lecturas mediatizadas, de recepción de contenidos mediáticos, utilizan sus referencias particulares, ajenas a los patrones transnacionales que intentan imponerse como paradigma. Como la sociedad está formada por una multiplicidad de grupos sociales, las mediaciones se realizan bajo una polifonía que aporta interpretaciones amplias y distintas.

Martín-Barbero considera que “lo masivo niega lo popular, en la medida en que escamotea y disfraza las diferencias sociales conflictivas, las que vienen de las clases, de las razas, de las etnias, etc.” (MARTÍN-BARBERO, 1984:13). En su argumentación, sin embargo, confiere a lo masivo el estatus de mediador histórico que puede conferir visibilidad a lo popular, expresando sus aspiraciones, sus gustos y sus formas de sociabilidad. La postura actual es la de rechazo a los folcloristas que desde una concepción purista del pueblo construye un arquetipo de lo popular con características originales, primitivas, alejado de la realidad cotidiana del pueblo y de sus experiencias con la cultura de masas.

Por lo tanto, la visión de rechazo de la cultura de masas, basada en un nacionalismo populista ultrapasado, se constituye en una falacia y es basada en la perspectiva teórica marxista que sustituye la noción de pueblo (el campesino) por la de proletario (el obrero), que separa lo rural de lo urbano, lo que fracciona y enfraquece los segmentos de clases subalternas en su enfrentamiento contra la

---

opresión de los poderosos. Además, separa las masas rurales y las masas urbanas, que son dos caras de la misma moneda. “Los medios de masas son actores sociales(...) Junto a su capacidad de representar el social y construir la actualidad persiste su función socializadora y de formación de las culturas (MARTÍN-BARBERO y REY, 1999:56).

El gran mérito de la comunicación de masas es el de haber posibilitado con su mediación la integración de las masas campesinas emigradas a las ciudades, al Estado - nación, funcionando como referencia de su comprensión del nuevo ambiente y de la formación de su identidad. El cine, la radio, y más recientemente la televisión se convirtieron en la caja de resonancia de los nuevos discursos y de las nuevas formas culturales que llenaron el cotidiano de los inmigrantes, plasmando su comprensión y proporcionando modelos para encajarse en la nueva sociedad. <sup>8</sup>

Por lo tanto, la perspectiva tradicionalista se configura como una forma de exclusión, de moldes fundamentalistas que no aceptan la experimentación de nuevos componentes culturales que se combinan entre sí y gestan la unción de lo popular con lo masivo (que es lo global), sin descalificar la cultura nacional, considerada aquí como la forma más típica: la cultura popular, exclusiva y propia. Esta mezcla, bien al contrario, puede ser tratada como una forma de creatividad que debe manifestarse sin censura o sin la pretensión hipócrita de que la innovación es capaz de incinerar lo tradicional. En este enfoque tomamos como ejemplo la música *Manguebeat*, productora de mestizaje al traer para el ámbito de la cultura de masas los ritmos populares como el *maracatu*, el *caboclinho*, la *ciranda*, transformándolos en formas de consumo masivo unida al *pop*. <sup>9</sup>

El reconocimiento de que el concepto de transculturalidad está presente de forma irrevocable en las culturas actuales, es una forma adecuada de trabajarse las relaciones globales, aunque manteniendo la visión crítica que percibe que las intenciones hegemónicas continúan en vigor en las relaciones engendradas en el

---

<sup>8</sup>Sobre el tema de la acción de los medios de masas no Brasil, ver Renato Ortiz, 1995, op. cit, y en Latinoamérica ver MARTÍN-BARBERO,J. y REY, G, Los ejercicios del ver. Hegemonía audiovisual y ficción televisiva.l

<sup>9</sup>11*Maracatu* es uno de los ritmos más importantes de Pernambuco. Su origen remonta a la tradición afro de los esclavos en la tentativa de mantener viva su cultura original. *Cabodinhos* Es llamada una manifestación popular que, cómo el maracatu ocurre en el Carnaval. Remota a la cultura indígena e utiliza el ritmo de la *Torá*, danza ritual primitiva. *Ciranda* es una forma de

mercado. Creer en la fuerza de las manifestaciones culturales nacionales, vividas en la praxis, es una forma de reconocer y resaltar su importancia, y de proyectar su sentido de continuidad.

La incorporación consciente de contenidos exógenos comprueba la autonomía cultural de una nación y no es fatalmente un indicativo de su sumisión. La visión tradicionalista que rechaza, de manera inútil, el hibridismo cultural, revela una posición de inferioridad ante formas culturales de sociedades económicamente dominantes y un rango de etnocentrismo al revés, que confunde dominación económica con cultural.

Esta idea se olvida de que en los contactos interculturales, las culturas confrontadas sufren cambios y asimilan elementos entre sí. La apropiación de contenidos revela un rasgo de personalidad que permite asimilar lo nuevo y éste a su vez se adapta a los valores tradicionales, renovándolos e incluyéndolos, lo que reafirma y realza la autenticidad y la originalidad de una cultura y no su subordinación.

En consonancia con la tercera perspectiva analizada en el apartado anterior, que admite que las culturas se mezclen sin que pierdan su esencia ya que el proceso de globalización económico y de circulación de informaciones integra las naciones en un gran ambiente común, discutiremos las teorías sobre el *hibridismo cultural*, concepto que García Canclini (1990) describió tan bien. Al reportarse a los cambios que se procesaban en las culturas nacionales actuales de Latinoamérica, el autor percibió que éstas se habían convertido en “culturas híbridas” en el interior de las cuales se asociaban rasgos nacionales con patrones culturales transnacionales.

En la vida contemporánea, creer en “creaciones autónomas de la cultura” es no percibir que lo culto, lo popular, lo masivo no está donde estamos habituados a encontrarlo y que no puede pensarse hoy como comportamientos incomunicados. García Canclini (1990) hace hincapié en que, al pensar la cultura bajo estas formas, hay que tener presente las contradicciones históricas que se destacan en su

---

expresión musical y de danza del litoral pernambucano, que se reproduce hasta los tiempos actuales entre las poblaciones que

desarrollo y que exponen distintas actitudes de la población en tiempos postmodernos, en los que prevalece la *cybercultura*, posibilitada por el encuentro del ser humano con el ordenador.

Edgar Morin y Anne-Brigite Kern (1993) al visualizar la mundialización cultural que el mercado común podía provocar, echan mano del concepto “folclore planetario”, con el que destacan el sentido de la mezcla de contenidos culturales provocado por los medios de comunicación de masas, inicialmente propagado por el cine de forma eficiente y después a través de la televisión. Afirman los autores, que la formidable “fábrica de sueños” de Hollywood creó y propagó un nuevo folclore mundial con elementos como el *western*, el film *noir*, el *triller*, la comedia musical o el dibujo animado de Walt Disney, para el consumo de todas las culturas. Las coproducciones entre empresas de cine de dos o más nacionalidades favorecen realizaciones culturales cosmopolitas - híbridas - que superan los folclores regionales empobrecidos por su tradicionalismo y se convierten en obras de autenticidad estética. Citan como ejemplo las películas “El Leopardo”, de Visconti y “Ran”, de Kurosawa (MORIN y KERN, 1993). Los autores atribuyen al desarrollo de las redes mediáticas de comunicación y a los productos culturales, como cintas musicales, discos compactos o videos, la innegable difusión entre las más diversificadas culturas de contenidos culturales globales.

“Un folclore planetario se constituye y se enriquece por las integraciones y los encuentros. El folclore difundió al mundo a través del *jazz* los diversos estilos de *New Orleans*, el tango nacido en el barrio portuario de Buenos Aires, el mambo cubano, el vals de Viena, el *rock* norteamericano que a su vez ha producido variedades diferentes en el mundo entero. Integró la cítara india de *Ravi Shankar*, el flamenco andaluz, la melopeya árabe de *Oum Kalsoum*, el huyano de los Andes; suscitó los sincretismos de la salsa, del raí, del flamenco – *rock*” (MORIN y KERN, 1993:40).

Cuando hablamos de “culturas híbridas”, predominantes en las sociedades actuales unidas por la globalización y la tecnología, es necesario analizar algunas teorías que visualizan e interpretan la mezcla cultural postmoderna. Al tratar las

---

viven en las playas.

relaciones entre culturas debemos considerar como inevitable el hibridismo que se llevan a cabo a partir de una predisposición de apertura de pensamientos; de ruptura de tradicionalismos cerrados; de generación de nuevas sociabilidades. Estas relaciones hacen brotar proximidades que renuevan viejas propuestas culturales inadecuadas para la visión postmoderna, toda ella relatividad y novedad, experimentación y composición infinitas. Tomaremos como referencia esta visión en el análisis del caso específico en cuestión, el de la música *Manguebeat*.

De este modo, el proceso de globalización favorece la imposición de un modelo global de cultura que construye, inevitablemente, una contradicción interna al incluir elementos de las culturas receptoras, desvirtuando el sentido de unificación cultural. Comentando el nuevo concepto de cultura *glocal* - la que mezcla lo global con lo local - Massimo Canevacci (1995) afirma: "Antes de una incolora homologación, la fase actual desarrolla una fuerte tensión, descentralizada y conflictiva entre globalización y localización: o sea, entre procesos de unificación cultural - un conjunto serial de flujos universalizantes - y de presiones antropófagas periféricas que descontextualizan, remueven, regeneran" (CANEVACCI, 1995:23).

Una de las formas de observar las aproximaciones culturales es la perspectiva *sincrética* que brota en la contemporaneidad, subvirtiendo las culturas, simplificando y confundiendo realidades. Una de las imágenes más reveladoras del sentido de la palabra *sincretismo* es la realidad virtual, donde algo parece ser real pero en verdad es un mero simulacro. Lo que aflora en la superficie no tiene correspondencia con lo que existe en la profundidad de la realidad.

Durante mucho tiempo, el *sincretismo* fue relacionado con fenómenos religiosos.<sup>10</sup> Las investigaciones antropológicas han introducido el concepto de *sincretismo cultural* para indicar la reacción de culturas nativas en contacto con formas culturales diferenciadas. Lo que caracteriza con más fidelidad este proceso

---

10. En Brasil colonial los negros esclavos, a quienes se prohibía el culto de la religión afro, adoptaban las imágenes de los santos católicos, religión impuesta por sus señores. Cada figura católica era representada por ellos como una imagen de sus propios dios. Esta es la definición de sincretismo, un disfraz a través de lo que los esclavos mantenían sus creencias inalterables y sus formas culturales. Ver CANEVACCI, Massimo, 1995.

es el hecho que los rasgos culturales, confrontados en la aculturación, permanecen presentes e identificables, algo que muchas veces denota una contradictoria mezcla de elementos antagónicos que se re-interpretan, se yuxtaponen y forman un singular “proceso de mezcla de lo compatible y de fijación de lo incompatible” (CANEVACCI, 1995:21)

Cada versión de cultura tiene su espacio en el panorama de la postmodernidad: así como el liberalismo definió una concepción maniquea según la cual los mitos se sustituirían por el conocimiento científico y la artesanía por la producción industrial, “del lado popular, hay que preocuparse menos por lo que se extingue que por lo que se transforma. Nunca hubo tantos artesanos, ni músicos populares, ni semejante difusión del folclore, porque sus productos mantienen funciones tradicionales (dar trabajo a indígenas y campesinos) y desarrollan otras modernas: atraen turistas y consumidores urbanos, que encuentran en los bienes folclóricos signos de distinción, referencias personalizadas que los bienes industriales no ofrecen”(GARCÍA CANCLINI,1990:18). En consecuencia, en el mercado turístico de los países desarrollados hay un interés significativo por lo exótico, lo diferente, lo que se distingue de la homogeneidad global y es vendido a un alto precio por las empresas turísticas, a un mercado limitado de lujo.

Al ahondar en este tema, especialmente con las formas culturales populares en contacto con los componentes globales, se advierte que hay varios trabajos que examinan la cuestión, y utilizan términos como *marronización*, *unificación* e incluso *homogeneización* para definir la síntesis que se efectúa cuando estas formas se descubren. En esta multiplicidad de visiones encontramos la que analiza de manera más coherente la mezcla de diferencias. Hablamos de la óptica que percibe la combinación de elementos culturales distintos como una re-definición de características propias no uniformadoras, a rigor, productos de una *no-síntesis*, es decir, de una *dialéctica sin síntesis* que estalla en resultados híbridos.<sup>11</sup>

---

<sup>11</sup> La expresión es originada del estudio de VASANTKUMAR,N.J.C., 1992, *Syncretism and globalization*, paper for theory, culture and society, 10th Conference, citado en CANEVACCI, 1995, p.21.

12. En Brasil, tenemos como ejemplo el cantante Edson Cordero que canta ópera mezclada con ritmo pop y resalta la apariencia andrógena con adornos y maquillaje femeninos. En el ambiente internacional, tenemos como ejemplo la banda musical Marilyn Manson, cuyos artistas son figuras de sexo indefinido, que producen música muy atractiva a las audiencias adolescentes de todas las culturas.

Respecto al sincretismo, Massimo Canevacci (1995:34-35) afirma que su sentido es una “antropología del cambio”, como sí, en un ambiente doméstico, cotidiano, se cambiase los muebles de sitio para luego después los arreglaren en otra orden, lo que parecería resultar en un nuevo ambiente. A partir de esta definición se consigue aceptar y reconocer los cruces de componentes en esencia tan diferentes, como grabar Mozart en ritmo *pop*, y cantar ópera con una apariencia de *punk* o de *drag queen*.<sup>12</sup>

Podemos encontrar ejemplos de hibridismo más simbólico en la música *scratch* - la que producen los *punks* de los guetos norteamericanos - que ha innovado el lenguaje musical, transformando el tocadiscos en un instrumento. Se obtienen sonidos de violín tocando con la mano la superficie del disco, y esto lo difundieron los DJs en todo el mundo. “La relación entre el vinilo y la aguja se subjetivó y se tornó híbrida por la caricia de una mano negra” (ROSE, 1997:200).<sup>13</sup>

Las músicas *rap* y *funk*, formas que utilizan la apropiación de ritmos oriundos de la cultura de la juventud negra norteamericana, son transferidas para el consumo de los jóvenes de la periferia de las grandes ciudades, incluso las brasileñas, y adaptadas a la cultura local en el ámbito de su temática y de su estructura musical.

En cuanto analizamos el contacto de representaciones dominantes transnacionales con formas populares, citamos como ejemplo significativo el análisis de Daniel Miller (1996) sobre la cultura caribeña, de cómo la riqueza de ingredientes locales realiza una reproducción renovada de los elementos globales de la serie de televisión “The young and restless”. La *carnavalización* de la realidad, característica de la visión de mundo y de la disposición optimista con la que el pueblo caribeño asimila su dura realidad, predomina en la interpretación simbólica de factores exógenos que adquieren una grotesca semejanza con los signos y valores peculiares del Caribe.

---

<sup>12</sup> La citación es de Sterling en ROSE, Tricia, 1997.

Esta experiencia demuestra que, a partir de la óptica de la apropiación de formas culturales, contactadas por el consumo, los elementos locales producen formas positivas de apropiación de lo global. Una referencia significativa es la creación de “la banda de bidones”, formación musical que para obtener los sonidos propios caribeños utiliza productos desechados de la industria del petróleo. Su sonido se ha hecho popular en todo el mundo, comprobando que:

“Trinidad no se limita a aceptar, rechazar o transformar lo extranjero, es decir, las influencias globales, sino que también contribuye a la construcción de estas formas culturales, como ocurre con la creciente popularidad de la música caribeña en el ‘World Music’” (MILLER, 1996:240).

Los elementos teóricos aportados en este capítulo serán de gran utilidad para la configuración y análisis que haremos, en los capítulos IV y V y para la definición de las categorías con las que se estructuró la matriz de *valores integrados* que presentaremos a continuación en apartado de este capítulo. Esa construcción teórica ha sido utilizada, junto con otros aspectos, para comprobar la tesis sobre la identificación de la juventud recifense con el fenómeno *mangue*, confrontando como convive la cultura local con los componentes globales.

### **1.3. EL INDIVIDUO POSTMODERNO: LA VISIÓN DESENCANTADA**

Para abordar las teorías que han de orientar la percepción sobre nuestro objeto de estudio, es importante analizar los elementos que originaron las ideas postmodernas. En el debate actual, los autores, a pesar de tener distintas conclusiones sobre los rumbos apuntados por los cambios radicales del fin de siglo, admiten que estos cambios provocan incertidumbre en los seres humanos de todas las etnias del planeta, en relación con el porvenir. Las transformaciones tecnológicas que se multiplican a cada día, indican que los límites de la ciencia no tienen alcance. Entre las tecnologías, las comunicaciones de masas invaden sin ceremonias la intimidad de las culturas, sugieren inéditos comportamientos y nuevos hábitos de consumo. La vida privada de los hogares y las intimidades individuales se ven sacudidas por el descompás entre las nociones de tiempo y de

espacio que el contacto con manifestaciones culturales extrañas produce, indicando que el mundo concebido por la Modernidad ya no es el mismo.

En el cotidiano, la circulación masiva de contenidos culturales que los canales de representación de la realidad - los medios de comunicación de masas - ofrecen a los individuos de distintas condiciones socioeconómicas, elabora con su simbolización emblemática un modelo de cotidiano uniforme y artificial. A las sociedades de todo el mundo, incluso las de formas culturales distanciadas del patrón occidental, se les sugiere un *pattern* cultural, como lo conceptuó Ortiz (1997), que funciona como un elenco de repertorios interpretativos para la visión predominante personal de mundo.

En la mayoría de los casos, este paradigma importado está en conflicto con el patrón de la propia cultura con la que se pone en relación. El acercamiento de las naciones por la vía de la información elabora la asimilación de nuevos hábitos y visiones de la realidad que ostentan la mezcla de actitudes, gustos y consumo cultural y se reflejan en la desestructuración de las identidades individuales en formación. Mientras tanto, en la superación de las ideas de la Modernidad y de sus patrones tradicionales, no se observa el consecuente des prestigio de la sociedad de consumo, gestada en su ámbito. Intensificase la cristalización de las actividades de marketing que enmascaran sugerencias de nuevos hábitos cotidianos con la oferta de mercancías. Esta postura está en consonancia con la forma como el capitalismo liberal garantiza su reproducción, en la actualidad, y que bajo la globalización económica ofrece una falsa noción de libertad y de democracia para continuar a mantener el consumismo como la panacea de felicidad de los seres humanos (ORTIZ, 1994a).

Los ciudadanos actuales, sostiene Néstor García-Canclini (1997) son sometidos a la represión sagaz del mercado, que genera necesidades al imaginario individual. Las sugerencias, en forma de control astuto y poderoso, que vino a través de la representación simbólica de los medios de masas, indican lo que ellos deben comer y beber, de cómo portarse o pensar y cómo convivir con las nuevas tecnologías. Con el advenimiento de la tecnología de la informática, el discurso del mercado anuncia como indispensable a la subsistencia en el mundo del trabajo, convivir con los ordenadores y familiarizarse con el mundo virtual.

En las sociedades latinoamericanas y en otras menos desarrolladas, las exigencias de consumo, presentadas como imperiosas para la vida cotidiana, son, para una gran parte de la población, de alcance inviable, pues a las demandas de consumo no corresponden los medios económicos para obtenerlas. La imposibilidad de lograr los objetos de deseo genera sentimientos de frustración e impotencia en esta masa de consumidores que ocasionalmente conduce a actitudes antisociales, denominadas “anómicas” (MERTON, 1970).

Sin embargo, en este siglo, antes de todo se cambian los criterios de libertad individual. El sistema neoliberal burgués occidental, principal productor de la mentalidad predominante, enaltece al individuo disciplinado conducido por la voluntad, que pauta sus acciones en las expectativas sociales y cuyo comportamiento está orientado por la sociedad. Así, el orden de la estandardización decretada por la sociedad de consumo redundaría en una contradicción, pues al mismo tiempo que promueve el voluntario control de los deseos, estimula la práctica consumista envuelta en la opulencia del placer y de la alineación consentida, por la cosificación de los objetos a través del acto de consumo. La libertad es una falsa libertad, producto de una falsa conciencia (ADORNO y HOCKHEIMER, 1987).

El concepto libertario postmoderno apunta en otra dirección al definir la esencia del individuo libre: libertad presupone la huida de la seducción capitalista, del ejercicio de la voluntad, de todo lo que es racionalidad, conciencia, reflexión, acondicionamientos. Considera que la falsa voluntad del mercado es mezquina y contradictoria, pues por un lado sugiere la satisfacción de deseos creados y por otro, según las normas sociales, obliga al individuo a prever las consecuencias que moderan los deseos y hace que uno controle sus comportamientos, guiándolos por lo razonable. Es “la madre del cálculo”, pues así prohíbe la inocencia de lo gratuito que está en la raíz de la libertad. Por el contrario, la liberación prevista por el individualismo postmoderno reduce la dependencia a la sociedad, a los otros y en su lugar se entroniza la libertad con apariencia de espontaneidad, autenticidad, deseo e impulso (MARINA, 1997).

Los innovadores postulados sobre la posición del *Yo* ante la nueva realidad y la idea de libertad personal introducen el concepto de *voluntad perdida* como idea clave para la ruptura postmoderna. La voluntad hija de la Razón, que antes de la Modernidad ha sido definida como característica del ser humano libre, pasa a ser calificada, por esta versión contestataria, como una manipulación del sistema y acusada de convertirse en poder y alienación (MARINA, 1997).

Otra versión que analiza al ser humano ante el velo tecnológico del aparato productivo y destructivo del control capitalista, es la de Herbet Marcuse, el ideólogo de la juventud rebelde de 1968. El autor también denuncia la represión y la alienación promovida por la sociedad de consumo que somete a las personas a las falsas promesas de libertad (MARCUSE, 1972). Sus ideas, en los años sesenta, se convierten en el modelo del nuevo patrón para observar la realidad. El sentido fuertemente transformador de sus propuestas de libertad repercute tiempo después en la aparición de la versión individualista – hedonista, que se nutre de la hipertrofia de la importancia del *Yo*, y se plasma en las relaciones sociales.

El individualismo libertario es tema del Existencialismo, corriente filosófica presente en las primeras décadas del siglo XX que critica el humanismo moderno y pregoná el individualismo basado en la espontaneidad. Esta postura sería la base única de la vida moral, traducida en inmediatez e irreflexión (SARTRE, 1983). Aunque fue importante en la contracultura y contribuyó a la fijación de la concepción libertaria del individualismo, esta filosofía, muy prestigiosa en su tiempo, fue una interpretación nostálgica de la crisis del humanismo (VATTIMO, 1994).

Constatamos que los enfoques contestatarios sobresalientes en los años sesenta y setenta cultivaron y prestigieron la libertad y el individualismo como rasgos principales del ser humano de la modernidad superada, contribuyendo a las concepciones que estallarían a finales del siglo XX. Aunque los tiempos actuales, de grandes innovaciones tecnológicas, sean tan negativos para el ejercicio pleno de libertad cuanto lo fueron en la Modernidad, el ser humano sueña en asumir su naturaleza pura ejerciendo la naturalidad, la inocencia, la salud, la gratificación que encuentra con la libertad representada por el fin de las represiones: sexuales, morales, normativas, culturales y tecnológicas.

“La relación con la técnica se considera así esencialmente como una amenaza contra la cual el pensamiento reacciona cobrando conciencia cada vez más aguda de los caracteres peculiares que distinguen al mundo humano del mundo de la objetividad científica” (VATTIMO, 1994:36,37).

La resistencia a la deshumanización se fortalece por el pensamiento de Adorno y Hochheimer (1987), que conciben como tarea del ser humano del siglo pasado resistir a los atentados perpetrados por la racionalización del trabajo social contra la humanidad y la libertad del individuo, que se configura como una *reificación*, (en el sentido de fetichización, cosificación). Esta resistencia sugerida por Adorno estaría concebida en términos de refuerzo de la subjetividad y de la autoconciencia que implica, por ejemplo, la sustitución del trabajo humano por las máquinas. Estos dos estados del ser humano se entienden como excluyentes entre sí. Como afirman Adorno y Hockheimer:

“La dominación técnica progresiva impide la formación de individuos autónomos, independientes, capaces de juzgar y de decidir conscientemente y que se constituyen en la condición previa de una sociedad democrática, la que no se podría salvaguardar y hacer brotar sino a través de la acción de hombres (y mujeres) sin tutores” (ADORNO y HOCKHEIMER 1987:295).

Analizando las formas de definir las posiciones del ser humano postmoderno (o actual) de los autores citados, concluimos que éstas se resumen a dos tipos de percepción. La primera la bautizamos como la visión *Desencantada*, construida a partir del pensamiento apocalíptico común, entre otros autores, a Gilles Lipovetsky, Christopher Lasch y Helena Béjar, y el más destacado, F.Nietzsche. Estas interpretaciones coinciden en observar con pesimismo al individuo contemporáneo sometido al individualismo absoluto y alienante en relación con su contexto, lo que haría cambiar las relaciones de solidaridad que mantendría en sociedad.

A la otra interpretación se la denomina *Redentora*, pues comporta actitudes más relajadas por parte de los seres humanos que habitan en la jungla postmoderna ante la realidad y los desafíos cotidianos, un individuo que retorna a

la naturaleza, al ejercicio de relaciones sociales más solidarias, al paraíso perdido. Las ideas que fundamentan esta perspectiva humanista son las del *tribalismo* postmoderno, de Michel Maffesoli (1990).

Las versiones ecológicas de retorno a la naturaleza inspiraron a la juventud contestataria e hicieron surgir las subculturas contraculturales, como los *hippies*, que pregonaban paz y amor, y los *punks*, que en medio de la violencia contestataria proponían nuevas estructuraciones sociales. Estas versiones han sido estudiadas por varios autores, en la década de los años sesenta y setenta, entre los que destacamos a Stuart Hall (1970) y Dick Hebdige (1979). Consideramos que la faceta sobresaliente de todos los segmentos de la juventud contemporánea es el individualismo, y este rasgo es el más destacado en las distintas discusiones teóricas, ya sean catastróficas u optimistas, que preconizan características para los individuos contemporáneos.

El Nihilismo y el Narcisismo son las dos teorías más representativas que componen la interpretación pesimista sobre las actitudes asumidas por el ser humano postmoderno, como consecuencia de la disolución de las ideas de la Modernidad. En estas formulaciones prevalece la decadencia, los signos de desinterés por el entorno, el desprendimiento de los valores y de las emociones.

Echaremos un vistazo rápido a la visión nihilista, fruto de la filosofía negativa de Nietzsche, cuyos substratos conceptuales se anclan en la ontología de M. Heidegger. Nietzsche planteó la problemática del “eterno retorno” y tuvo la clarividencia de diagnosticar, de forma temprana, la agonía de la Modernidad. Para él, el principal factor que caracteriza esta agonía es la destrucción de la Tradición, que conduce a la pérdida de “la capacidad del hombre para leerse a sí mismo y a la historia”. Un pensamiento que ilustra bien las restricciones que tenía este autor polémico sobre la Modernidad, es la negación que hace a la idea del progreso, que como idea moderna, era una idea falsa (NIETZSCHE, 1970:17).

La perspectiva burguesa definía la inalterabilidad de la propiedad privada como principio fundamental de la manutención del equilibrio social, uno de los ejes que configuraba con destacada claridad las relaciones sociales de dominación de una

clase sobre otra. Nietzsche lamentaba la emergencia de la civilización comercial cuyos principios cristalizaban esta dominación, ejercida a través de la acción de los que denominó “promotores de la época”: “los periódicos, el ferrocarril, el telégrafo, la centralización de una cantidad enorme de intereses diferentes en una sola alma, que por esta razón debe ser muy fuerte y proteica” (NIETZSCHE, 1972a:67).

Una de las referencias más significativas de esta visión sobre la interpretación temprana y profética del agotamiento de la Modernidad es “la muerte de Dios”, que sería la comprensión de los sentimientos que en el ser humano moderno provocaría la fragmentación de los dogmas de la tradición, de la religión, elementos que darían sustentación al equilibrio social. “El mensajero murió de la misma manera como había vivido, como había enseñado; no para salvar a los hombres, sino para mostrar cómo se debe vivir” (NIETZSCHE, 1970:76).

Lo fundamental es que la pérdida de las ilusiones, con la desistencia humana por el ser divino, generaría la sensación de angustia total, de depreciación mórbida de los valores superiores espirituales, y conduciría a la desesperación y al “sentimiento de absurdidad”.

Sobre “el nihilismo europeo”, uno de los síntomas del ocaso de la civilización occidental, el pensamiento de Nietzsche ve que el “espíritu libre” (que era el espíritu moderno), se traduciría por la presencia de los siguientes signos: “la tolerancia” se cambiaría por la “inaptitud al no y al sí”. “La objetividad” se traduciría por indiferencia hacia la estética, la voluntad, las necesidades y hasta el amor. “La libertad” se confundiría con la negación de las normas; “la verdad” se definiría como el retorno al naturalismo, rechazo de la mentira y de la falsedad; el “cientifismo”, noción que interpretamos como la dictadura de la Ciencia sobre el Mito, sería consecuencia del humanismo iluminista (NIETZSCHE, 1972b:17).

La perspectiva analítica nihilista tan poco admite la importancia del progreso tecnológico, que pasa lejos de las cuestiones filosóficas y existenciales. El desarrollo que se anunciaba en Europa, que hacía cambiar la esencia de ser humano, también era criticado por Nietzsche: “el europeo de hoy vale menos que el europeo del Renacimiento. Desarrollarse no significa, en modo alguno, elevarse, realizarse, fortalecerse” (NIETZSCHE, 1972a:17). La noción nietzscheiana de que “del ser

como tal ya no queda nada” deja claro lo que se refleja en todos los campos del saber y de acción humanos, según la óptica del filósofo, que ve la hermenéutica, la antropología, la sociología y hasta las artes modernas reducidas al ostracismo, por la vigencia de esta concepción. “La pluralidad y la desagregación de los impulsos y la falta de un sistema entre ellos desemboca en una ‘voluntad débil’, la coordinación de éstos bajo el predominio de uno entre todos produce una ‘voluntad fuerte’ ” (NIETZSCHE, 1970:207).

Corroborando estos argumentos, Gianni Vattimo (1994) comenta el punto de vista de Heidegger, que atribuye a la crisis del humanismo contemporáneo el fin de la metafísica. El dominio restrictivo de la técnica moderna y la ausencia de Dios produciría la total falta de “reapropiación” por parte del ser. El filósofo coloca la técnica en el surco de la metafísica y de la tradición que se vincula a ella. El nexo de la técnica con la tradición significa también no dejar que el mundo imponga a los humanos una versión que la tecnología forja como la “realidad, dotada de caracteres perentorios, que serían una vez más metafísicos y que eran propios del *ontos* platónico” (VATTIMO, 1994:45). La ausencia de procesamiento filosófico, de reflexión sobre el presente como eslabón para el futuro provoca la falta de perspectiva, el vivir al día, actitud que se percibe en la personalidad débil, en el “*Yo frágil*” que identifica al individuo actual sometido al nihilismo.

La interpretación metafórica de la condición postmoderna de individualismo extremo de Nietzsche se traslada a la percepción del simulacro: “en la hiper-realidad, Dios no ha muerto, se torna hiper-real delante de la transparencia simulada de todas las cosas” (BAUDRILLARD, 1991:195). En la pérdida de sentido de la realidad, la “destrucción de las apariencias” caracterizaría la indiferencia postmoderna. El sistema aceleraría el crecimiento de la masa en beneficio de su reproducción infinita. Debido a la apatía de los tiempos de la información, “la melancolía es la tonalidad fundamental de los sistemas funcionales, de los sistemas actuales de simulación, de programación, de información” (BAUDRILLARD, 1991:199).

El razonamiento más actual sobre el tema del desengaño humano en la Postmodernidad extrae la visión nietzscheana y atribuye al ser humano individualista una postura que es más que la introspección y preocupación por uno

mismo y que parece ser una progresiva y compulsiva alienación en el entorno social. Esta faceta del individualismo exacerbado sería no el Nihilismo sino el Narcisismo, lo más característico del alejamiento contemporáneo, “instrumento flexible de este reciclaje *psi* permanente, necesario a la experimentación postmoderna” (LIPOVETSKY, 1996:58-59).

Esta postura de alejamiento se define como el sentimiento de pérdida de las ilusiones y de las ideologías, como consecuencia de la libertad llevada al extremo, que tiene su origen en la propia sociedad controladora que el liberalismo burgués capitalista gestó. La “sociedad disciplinaria”, sostiene Daniel Bell (1977), al resaltar las contradicciones culturales del capitalismo, plasma el modelo de valores - la racionalidad funcional - en el que prevalece la eficacia, la utilidad, la productividad y lo señaliza para todo el mundo.

Estos principios están centrados en el trabajo, el ahorro, la moderación, el puritanismo que mantiene la tradición y la preservación de las normas, como bienes que deben ser conservados. Sin embargo, el espíritu capitalista creó una gran contradicción, representada por la sociedad de consumo, que para funcionar tuvo que prestigiar el hedonismo, el placer del consumo. “La ética protestante fue socavada no por el modernismo sino por el propio capitalismo. El mayor instrumento de destrucción de la ética protestante fue la invención del crédito” (BELL, 1977:31).

La estimulación al consumo es una fórmula no exenta de ambigüedades: el acceso a todas las novedades que la industria ofrece crea hábitos inéditos en las personas y disemina la uniformización de los comportamientos. Por otro lado, el fenómeno tiene una cara complementaria e inversa que es la acentuación de las diferencias y singularidades, la “personalización sin precedentes” como alertaba Gilles Lipovetsky (1996).

“La oferta abismal de consumo desmultiplica las referencias y modelos, destruye las fórmulas imperativas, exacerbta el deseo de ser uno mismo y de disfrutar la vida, transforma cada uno en un operador permanente de selección y combinación libre, es un vector de diferenciación de los seres” (LIPOVETSKY, 1996:43).

El autor comenta que la uniformidad del consumo tiende a reducir las diferencias entre los sexos, entre las generaciones, liberando los papeles y las convenciones sociales rígidas. En contraste, el sistema reacciona tratando de excluir los comportamientos contrarios a los patrones que impone como modelo. La consecuencia de este control es la huída de los individuos para dentro de sí mismos, perdiendo la legitimación de los modos de vida socialmente impuestos, y optando por la libertad de ser “uno mismo, el apetito de la personalidad hasta el término narcisista” (LIPOVETSKY, 1996:43). Desconectado del todo social, las personas se repliegan en su intimidad solitaria; no les interesa el entorno social, no existen ambiciones y el futuro no les preocupa.

Para Christopher Lasch (1991), el narcisismo es una conciencia radical inédita que estructura la personalidad postmoderna, la que se aprehende como resultado de un proceso global que esboza el funcionamiento social. Esta postura narcisista se interpreta como una patología, individual y social, propia de la era actual, caracterizada por una tensión entre un deseo de independencia y una forzada dependencia respecto al prójimo, que extraña las relaciones más íntimas. Este alejamiento social hace que el sujeto rehuya todo compromiso con el fin de preservar su libertad. Pero, en contraste, el individuo narcisista experimenta reacciones contradictorias que oscilan entre una gran autoestima y una profunda auto depreciación, lo que indica un sentimiento de vulnerabilidad ante la opinión de los otros. Esta postura también conduce a la superficialidad en las relaciones personales, hasta las más íntimas, por recelo del individuo de exponer al otro su inseguridad y sus más íntimos sentimientos.

Los síntomas de la desconexión social de los individuos se percibe, de forma velada, en la proliferación de terapias alternativas, muy comunes en los contextos urbanos actuales, ofrecidas para la superación del estrés y para alcanzar el autoconocimiento. Lasch cita como técnicas ofrecidas de la terapia *psi* que inunda las sociedades occidentales, la *gestaltterapia*, la *bionergía*, los masajes, la *tai chi*, la danza moderna, la acupuntura, la meditación e incluso el *jogging* (LASCH, 1991:43-44). El “consumo de las conciencias” es lo que caracteriza estas terapias que exaltan la postura narcisista, entronizada en la era contemporánea y “la figura inédita de Narciso, identificado como *homo psicologicus*” (LIPOVETSKY, 1996:54).

En las situaciones de extrema importancia del ego, el individuo se cree superior a sus semejantes y piensa que sus deseos deben ser siempre satisfechos. Este estado también revela una vanidad que hace que la persona se cierre en sí misma, ya que al no desarrollar relaciones amigables con los otros, por su soberbia, pasa a tener como interlocutor a su propio ego, o su “*Yo mínimo*”, como definió Lasch (1991).

Contradicoriamente, afirma Gilles Lipovetsky (1996), se produce un nuevo concepto de igualdad, basado en la anulación del Otro que tiene base en la alegación sociológica de que el conflicto es un factor de integración social que se realiza por el aniquilamiento de las diferencias: “cualquiera se convierte en semejante”. Pero esta fusión no significa participar de la “*dialéctica de la sociedad*”, de la que hablan Berger y Luckmann (1967), <sup>14</sup> sino tener una posición egoísta ante lo social según la cual los otros no existen, se anulan, son pálidas imágenes del *Yo* soberano con quien se funden en una simbiosis. Con el exceso de autonomía individual la persona se entrega a la búsqueda del placer y de la felicidad, centrada en la importancia hedonista de las cosas materiales, de todo lo que proporcione goce y sea placentero al *ego*. El ser humano ya no tendrá sólo la desesperanza negativa del Nihilismo, será un ser no participativo, cerrado en sí mismo, indiferente a todo lo que no sean sus intereses o su persona.

Como ocurre con todos los conceptos, el Individualismo se interpreta como la propiedad de un ser humano que tiene variadas gamas que van desde la búsqueda de afirmación de la personalidad, pensar primero en sus intereses, hasta un individualismo pasivo, propio de un individuo *desocializado*, que rompe los lazos sociales y abdica de su responsabilidad de participante de un cuerpo solidario y plural.

Desde Durheim, se viene tratando de explicar la relación entre el individuo y la sociedad, visualizada a través de la socialización que extiende sus tentáculos sobre la personalidad humana, exigiendo un seguimiento conformista de hábitos y posturas sociales. Posteriormente, con el declive del determinismo social y el

---

<sup>14</sup> En BERGER y LUCKMANN, 1967, The social construction of the reality, p.173, los autores afirman que al inserirse en la sociedad, para ser iniciado como miembro del grupo social, el individuo pasa por un proceso dialéctico que tiene tres fases: exteriorización, objetivación y asimilación (traducción del inglés).

nacimiento de un nuevo ideal de libertad – que contribuyó a las protestas juveniles de los años sesenta y dejó un legado cultural de afirmación de la individualidad - se pasa a valorar las actitudes de auto aceptación y auto desarrollo de las potencialidades individuales.

Esta reacción personal tiene una respuesta del sistema que Gilles Lipovetsky (1996) definió como *proceso de personalización*: estrategia global que pretende establecer un dominio velado sobre la sociedad, provocando una mutación general, cambiando el hacer y querer de los ciudadanos. El proceso de personalización es muy visible en las sociedades avanzadas e impone reformulaciones profundas en la vida social. Se inicia a finales de la década de cincuenta, cuando sucede la explosión de la sociedad de consumo, y representa una ruptura con los principios fundamentales da la Modernidad. El autor sostiene que el sistema echaría mano de estrategias para generalizar posturas que consideraría socialmente adecuadas y que son identificadas por las siguientes tácticas:

**a)** A través de un método definido como “limpio”, que se traduce en un “conjunto operativo de dispositivos fluidos y desestatizados”, el sistema lograría desacondicionar la clase social ejecutiva y dominante, la *affluent society*, de los valores tradicionales prioritarios. En esta operación obtendría, de forma totalitaria, – según el pensamiento de izquierda – homogeneizar los individuos y las acciones estatales. La búsqueda por el Estado mínimo y el incentivo de privatizaciones de empresas pública, a la que se lanzan las democracias actuales, pueden apuntarse como ejemplos de esta actitud.

**b)** Por medio del incentivo a la amplia democracia que incluye el aparente prestigio de la actuación individual que, paradójicamente, coincide con los deseos personales que son domesticados por normas sociales rígidas. Las restricciones a la autonomía individual desencadenan una maniobra “paralela” que se manifiesta en acciones organizadas de grupos a favor de la liberación de las costumbres, de las sexualidades (neofeminismo, movimiento de gays y lesbianas), de los nacionalismos y regionalismos, de las tecnologías psicológicas que posibilitan los deseos de expresión del *Yo*, así como de movimientos

alternativos que reclaman la búsqueda de la propia identidad (LIPOVETSKY, 1996:CAP IV).

Consideramos que la sociedad de consumo utiliza un fuerte arsenal para despolitizar las protestas y los deseos de libertad personal, apropiándose del narcisismo como una pieza más del mercado, utilizando la publicidad para incrementar el consumo de objetos entre, principalmente, los consumidores jóvenes, el contingente más directamente afectado por las ideas narcisistas. En el fetiche producido, las nuevas ideas se convierten en artículo de consumo, en aspiración que se confunde con lo que se usa, con lo que se come, o se compra.

La vía cultural - la música, el cine, la televisión - es la aliada del fetichismo que elimina la apatía y seduce. La exteriorización de los desencantados valores se manifiesta en el cambio de los estilos de vida y en el perfil de consumo de la juventud actual. Así, lo que prevalece en la elección de las prioridades juveniles son valores definidos únicamente bajo las preferencias personales, asumidos sin reflexión, sin importar si se basan en atributos materiales o subjetivos. Las exigencias más significativas que resaltan en estas elecciones, sólo hacen referencia a la singularidad íntima del individuo.

El Individualismo repercute en las relaciones del *Yo* con los otros individuos y produce la soledad que la prisa por vivir provoca. Las perspectivas individuales se resumen a la urgencia inmediata del *vivir al día*, sin la preocupación con el futuro y sin las referencias del pasado. Gilles Lipovetsky (1996) concluye que el desmoronamiento de la creencia en el porvenir genera la conciencia de la transitoriedad de los actos de la vida, alterando los anhelos de identidad, de búsqueda por las diferencias, de realización personal inmediata y haciendo surgir los deseos de eterna juventud, de desencanto con lo cotidiano y de tedio con las relaciones. Esta actitud postmoderna genera lo que se define como proceso de personalización que produce individuos que se cierran a los intereses colectivos y se centran en ellos mismos. Las personas que asumen esta postura individualista extremada no tienen ninguna consideración por las normas sociales.

El proceso también se acerca a las instituciones que introducen e incitan la participación ciudadana. El mundo del trabajo, por su formalización, es el que más

resistencias ofrece a la seducción individualista. Pero, como dice Lipovetsky (1996), la tendencia ya se manifiesta en este ámbito, representada por la multiplicación de utilización de las técnicas de “*psicologización*” y de comunicación en las empresas, y del estímulo a la gestión empresarial democrática, con la descentralización de las decisiones. Los cambios se extienden a los espacios físicos y revelan la propensión de convertir la composición del espacio de las oficinas laborales en ambientes integrados que sugieren la participación de todos los funcionarios. La traducción de esta predisposición es la expansión del trabajo a domicilio - programas de trabajo individual que flexibilizan el tiempo de actuación del empleado. La palabra de orden es abolir la coerción y tornar amenas y flexibles las relaciones entre estancias de poder.

Helena Béjar (1993) nos manifiesta otra tendencia en el ser humano actual, consecuencia del individualismo. Según la autora, el descubrimiento de la interioridad conduce al desprestigio de los intereses colectivos, de la esfera pública y a la supervaloración del espacio privado, “el ámbito íntimo”. Esto impone la “sociabilidad pasiva” que hace que el hogar y la familia se configuren en un nido en el que la identidad y la personalidad están resguardadas (BÉJAR, 1993).<sup>15</sup> Las alteraciones en las vidas individuales generan la personalidad “pastiche o proteica” la mentalidad de una juventud cambiante, maleable hasta el infinito, para la cual los límites son inexistentes. El prototipo de la “personalidad proteica” sería la que consigue anular su voluntad y ponerla al servicio de informaciones del contexto y de las mutaciones de las circunstancias. Éstas deciden qué personalidad debe adoptar, en el momento concreto, y por cuánto tiempo. Sería la adopción de un disfraz de Carnaval y configuraría la “absoluta anulación del Yo, otra versión de la libertad sin voluntad” (MARINA, 1997:32).

El retorno de los individuos a la escena privada puede conceptualizarse como individualismo colectivo, cuya versión se aproxima de la postura narcisista que Maffesoli (1990) percibió en los componentes de las tribus urbanas, aunque más escatológica ante la realidad de la propia versión nietzcheniana. Este aislamiento grupal, consecuencia del retorno del individuo a la esfera privada, “conduce a la indiferencia, a la ‘era del vacío’ en la que la bulimia de sensaciones, de sexo, de

---

<sup>15</sup> Ver también, de BÉJAR, Helena, 1988.

placer que no esconde nada, no compensa nada, la indiferencia, pero no la angustia metafísica que lleva a la esfera pública lo que es íntimo y privado (LIPOVETSKY, 1996).<sup>16</sup>

#### **1.4. LA VISIÓN REDENTORA**

Las mutaciones del fin de siglo generan otra versión, más optimista, que revela algunas condiciones positivas para la existencia humana y sus relaciones sociales. Los aspectos positivos que la personalización puede generar son percibidos como la capacidad de difundir en la sociedad una flexibilidad estimulada por la información, la sexualidad liberada, las nuevas necesidades creadas por la tecnología, el culto a lo natural, traducido en un estado de relajamiento, en el que está presente la cordialidad y el sentido del humor. La liberación de estos elementos son traducidos en el desarrollo de la humanización mayor de los seres humanos que los aproxima del ideal de sociabilidad y de armonía social.

La segunda interpretación sobre el destino del ser humano postmoderno la llamamos de *redentora* y refleja la versión de un ser humano del Tercero Milenio que tiene un carácter más solidario, más desapegado de las cosas materiales, obteniendo y utilizando los conocimientos para realizarse como persona y como ser social. En esta visión también está presente el hedonismo, aunque asume otra configuración. Aunque signifique un desbordamiento de placer físico y sexual, es más una *estrategia de supervivencia*, un ansia de vivir intensamente el presente por no creer en un futuro cada día menos probable. Las acciones cotidianas se limitan a incrementar el presente en cuya satisfacción se exorcizan las amenazas de los fines.

Podríamos llamar esta versión del ser humano actual de *ecológica*, pues se traduce no sólo en una mera preocupación de preservación ambiental, sino en tener una actitud de desprendimiento hacia las cosas materiales. Posturas descuidadas con relación a la sociedad de consumo presumen desear el retorno de la vida simple, del cultivo de hábitos sencillos, de valorizar la cultura popular local, considerada por esta perspectiva como la manifestación más compatible con la

---

<sup>16</sup>El fenómeno de la cultura clubber es uno de los ejemplos de esta posición. Sobre el tema ver GONÇALVES, Fernando N., 1999.

realidad cotidiana. La comunidad emocional que se forma en la postmodernidad ha superado el modelo social racionalizado que se sustituye por una *socialidad* de predominio empático. Las concepciones de la organización social consideran que las personas se envuelven unas con otras por necesidades afectivas, más que por razones racionales. Las aglomeraciones humanas así concebidas son una demostración de que la alienación del *Yo* con relación al *Otro* es sólo una figura de retórica y hace que el individualismo preconizado por los apocalípticos sea “un búnker anticuado y, como tal, merece ser abandonado” (MAFFESOLI, 1990:34).

A la lógica de la identidad sexual, política, profesional, le ha sucedido un proceso de identificación colectivo: a un grupo, a una moda, a una idea. Se observa la emergencia de pequeñas redes, de grupos que emiten confluencias efímeras y efervescentes en el interior de las sociedades de las metrópolis del mundo desarrollado, una postura entendible en todas las naciones.

En el análisis de estas ideas, que denominó *neotribalismo*, Michel Maffesoli (1990) construye una respuesta a la percepción negativa sobre la apatía social del ser humano actual. Estudiando las tribus urbanas - aglomerados juveniles de conducta anómica que proliferan en las calles de las grandes metrópolis de Europa - Maffesoli observa que la percepción del fenómeno de las tribus denotaría, no la exacerbación, sino el declive del individualismo presente en las sociedades de masas. Su hipótesis tiene la base en la presencia de una centralidad subterránea, informal apreciada en las actitudes de los componentes de estos agrupamientos, lo que aseguraría la permanencia de la vida en sociedad. Más que alienación y desesperanza, el investigador descubre un deseo de un contacto físico con otros seres semejantes. Estas personas solitarias y rechazadas por la sociedad formal, que se juntan en convivencia social tribal desarrollarían un re-encantamiento del mundo, que sería consecuencia de la ampliación de una sensibilidad nacida del deseo de una vida en común, de relacionarse con los otros seres humanos a través de una relación física o afectiva aunque transitoria.

Las “tribus urbanas” han sido estudiadas por Costa, Pérez Tornero y Tropea(1996) que plantean que las conductas de violencia que desarrollan los jóvenes que hacen parte de estos agrupamientos son como una forma de denuncia

---

del aislamiento social y afectivo al que son sometidos por el contexto. Los comportamientos contundentes de violencia, de protesta, que se traducen en daños al patrimonio material público o se desbordan sobre los individuos, tienen el significado oculto de afirmarse socialmente, de burlar la soledad y de llamar la atención de la sociedad. El deseo de alguna relación física con otro ser humano es tanto, que un de los jóvenes encuestados confesó que la busca incluso en una silla aún caliente por el calor de alguien que acaba de levantarse, comentan los autores citando la confesión de “un punk de talante poético” (COSTA, TORNERO Y TROPEA, 1996). La soledad sería la razón más relevante para la formación de las bandas juveniles españolas.

Así, “del fondo de las apariencias”, una nueva forma de aglomeración social estaría brotando, basada en la estética de las cosas, formada por seres que utilizaban un renovado sentido de colectivismo y agrupación, mantenido a través de inéditas reglas y formas de relaciones. Está naciendo una nueva forma de comunidad emocional, el *tribalismo*, conceptuado como nebulosas de pequeñas entidades locales (MAFFESOLI, 1990).

“Nuestra hipótesis, contra aquellos que lamentan el fin de los valores colectivos y el repliegue sobre el individuo (...) es que precisamente el nuevo hecho que se desarrolla es la multiplicación de los pequeños grupos de redes existenciales: una especie de tribalismo que descansa a la vez sobre el espíritu de religión (re-ligare) y sobre el localismo, proxemia, naturaleza (MAFFESOLI, 1990: 38).

Una nueva lógica orienta la percepción del mundo derivada del pasaje de la lógica de la identidad, producida en la Modernidad, a una lógica de la identificación, propia de la Postmodernidad. En ella, las personas se agruparían por afinidad, por semejanzas mentales y no por convenciones. La imposición de una única identidad personal se transmuta en la asimilación de caleidoscópicas formas de expresión, desvinculadas de las categorías de raza, de creencias, de clases, de géneros, de construcciones abiertas, personales y colectivas, al sabor de los deseos. El autor sugiere la figura que parte de la dicotomía *social x socialidad*, estructurando relaciones sociales mecánicas u orgánicas, teniendo en el centro a los individuos que desempeñarían *funciones y roles*. Los agrupamientos contractuales son la forma de asociación de lo que denomina social, actitud

característica de la Modernidad y tienen como reverso las *tribus afectivas*, como son llamados los colectivos transitorios cuyas relaciones son identificadas por el ejercicio de *socialidad*, característica de la Postmodernidad. Toda la estructura está comandada por situaciones de deslizamiento x tensión, que advienen del proceso de desindividualización y de saturación de las funciones (MAFFESOLI, 1996).

Sin embargo, están los que afirman que el ser humano solitario no está aislado, tiene una textura de relaciones más complejas y más móviles que nunca. El individuo, cualesquiera que sean sus características de edad, de sexo, de condición económica, siempre se coloca en situación de participación con los otros con quien mantiene circuitos de comunicación, por muy ínfimos que sean. Mientras tanto, la soledad impuesta por el individualismo hace que la persona solitaria se entregue a sí misma, ya que no tiene un conocimiento razonable sobre sus íntimas condiciones y sentimientos. Este *neotribalismo* no espera fidelidades eternas o adhesiones a largo plazo y se contenta con la transitoriedad de los contactos sin emoción y fugaces, que hacen que las personas cambien de un grupo a otro sin mantener vínculos u obligaciones no esperadas y no deseadas: en la transitoriedad que emana, la sociabilidad es electiva y se realiza por afinidades y por afectos (LYOTARD, 1994).

Creemos que en el ambiente europeo todas las relaciones tribales son visibles y se perciben en el seno de las sociedades de forma más o menos ostensiva. Esta visibilidad y reproducción intersocial ha sido observadas en esos estudios citados, y son posibilitadas por la movilidad espacial que la proximidad entre las grandes ciudades produce. Este acercamiento geográfico hace con que las ideas se uniformicen en un diálogo que genera una mayor integración entre tribus distintas, que van a cristalizarse en subculturas postmodernas, sin referencias con naciones o culturas específicas.

En Brasil, país de dimensiones continentales, donde las diferencias de desarrollo socioeconómico determinan distinciones culturales y de acceso a la contemporaneidad, los movimientos juveniles tribales postmodernos ocurren en contextos limitados y de forma puntual, y no consiguen diseminarse con la misma intensidad por todas las regiones del país. Por ejemplo: el movimiento *punk*

tuvo una versión muy significativa en São Paulo y aunque ocupó espacios en otros centros urbanos, proliferó como una moda con menos fuerza sin tener la misma continuidad que el fenómeno paulista (ESSINGER, 1999). En Recife, contexto en el que se desarrolla nuestro análisis, se supone que estas aglomeraciones son formas relacionales muy discretas, que no llegan a configurarse en un fenómeno relevante.

En la discusión sobre las características del ambiente portmoderno que pueden definir las visiones de mundo de los individuos, consideramos importante mencionar la concepción ecológica, porque contribuye con sus definiciones sobre la importancia de la relación de las personas con su entorno. Esta perspectiva es significativa para caracterizar los valores de la juventud adepta del Movimiento *Manguebeat*, en cuyas ideas la naturaleza asume una gran relevancia.<sup>17</sup>

La perspectiva ecológica, al anunciar la revolución planetaria que se anticipa al Tercer Milenio, critica la compulsión del progreso que la civilización Occidental preconiza y propone “civilizar la civilización”. “La finalidad principal como humanos que buscan la felicidad no es desear el mejor de los mundos es desear un mundo mejor”(MORIN y KERN, 1993:117). Esta “propuesta humanizada del progreso” define el desarrollo económico como multidimensional y tiene como paradigma las dimensiones de la cultura que no se basa en las necesidades generadas artificialmente por las tecnologías. El paradigma es una alternativa a los parámetros impuestos por la cultura occidental dominante, que se impone como modelo universal, cuyo progreso continúa a ser pregonado como elemento indispensable para el desarrollo del propio individuo. En oposición a esta idea, las acciones humanas deben seguir pautas fundadas en las formas simples de la cultura local y rechazar las de una cultura ajena a la realidad cotidiana, como es la global.<sup>18</sup>

---

<sup>17</sup> En el Capítulo III, describimos la metáfora del manglar, a partir de la cual el Movimiento *Manguebeat* construye la alegoría de su música, que asocia la diversidad ambiental del manglar con la diversidad de las manifestaciones culturales de Pernambuco.

18. Sobre el tema, ver ROSZAK, Theodore, 1985, obra en la que hace un planteamiento ecológico, contra la cultura del exceso, de la grandiosidad, de la tecnología buscada en el infinito con el objetivo de obtener de la naturaleza todo lo que se puede sacar provecho. Por la obtención del “*colosalismo*”se paga un precio muy elevado: la destrucción del planeta que coincide con la destrucción, también, de la raza humana. Ejemplifica con experiencias de economía de pequeña escala, que son experimentos populares comunitarios que podrían ser ampliados y constituir la solución para conseguir una vida más natural y sana.

La *proxemía*, es decir, la predominancia de lo local sobre lo global, funda una nueva ética que parece generar en las personas un particular sentimiento de pertenecer a un lugar, una tierra, una patria, que se revela a través de los contenidos culturales, de las formas de hacer y de hablar de las cosas cotidianas y sencillas.<sup>19</sup> Por otra parte, en una visión dualista, los localismos pueden provocar la supervaloración de los elementos locales, que generan sentimientos excluyentes, que cierran aperturas para el mundo y que pueden degenerar en formas de radicalismo retrógrado y antidemocrático.

Sin embargo, la inducción al desarrollo en una sociedad debe considerar que cada cultura es satisfactoria en sí misma. El respeto a todas las formas culturales es fundamental, pues aunque cada una presente disfunciones, supersticiones, ficciones, mitos, también revelan *saberes* (conocimientos) acumulados y no criticados, verdades profundas que muchas veces están encubiertas por una apariencia de ignorancia que la visión de un analista con garras de prejuicio y de soberbia cultural no consigue visualizar. Muchas veces, una actitud etnocéntrica contesta prácticas milenarias confundidas con supersticiones. Edgar Morin y Anne Brigitte Kern (1993) ilustran el tema con un ejemplo muy pertinente.

En México, los antropólogos atribuyeron el modo de preparación del maíz de un pueblo nativo a creencias mágicas, hasta que se descubrió que la preparación permitía al organismo humano asimilar la lisina, sustancia nutritiva que fue, durante mucho tiempo, la única alimentación de estos indígenas. “Lo que parecía irracional correspondía a una racionalidad vital” (p.112). El modelo de desarrollo aplicado a una sociedad arcaica y tradicional dio la espalda a sus riquezas culturales y las observó desde una perspectiva economista y cuantitativa en la que solo vieron ideas falsas, ignorancia, supersticiones, sin imaginar que contenían instituciones profundas, conocimientos milenarios acumulados, sabidurías de vida y valores étnicos atrofiados en la racionalidad occidental - moderna (MORIN y KERN, 1993).

Así, la mirada ecológica preconiza la inversión de valores presentes en el mundo dominado por la tecnología. El progreso de la Modernidad, configurado como civilización, se asemeja más a una “barbarie” porque vende felicidad envuelta

---

<sup>19.</sup> Ver MAFFESOLI, M. 1990, Op. cit., Capítulo 6.

en objetos superfluos, y en acciones mecánicas que tornan banal el trabajo humano. La reformulación de este paradigma, oriundo de la filosofía liberal-capitalista ahora globalizada, es “la búsqueda consciente de la hominización” el nacimiento de la sociedad / comunidad planetaria de los individuos, de las etnias, de las naciones, que hará brotar a la humanidad de “la edad de hierro planetaria” que se fundamenta en esta barbarie(MORIN y KERN, 1993).

El planteamiento de la preservación de la naturaleza tiene sus bases fijadas en la racionalidad, pero algunos ejemplos de la perspectiva ecológica revelan un aspecto romántico, que tiene mucho de utópico al plantear la ruptura con las jerarquías tradicionales del conocimiento científico y especializado, y con el modo de producción capitalista.<sup>20</sup> Aunque no sea referencia teórica de nuestro análisis, es interesante comentarlas como afirmaciones de importancia dada a la escala local, que de cierta forma conforma la visión desplegada de la sociedad de consumo, que parece ser preconizada por la juventud actual.

La hominización - una forma de conferir a las relaciones humanas un carácter más social - pretende que se incorpore en los seres humanos un nuevo sentido de sus relaciones mutuas, del colectivo que prevalezca sobre el individualismo. Partiendo de la valoración del repertorio acumulativo de vivencias y de las producciones culturales locales, la responsabilidad planetaria sugiere que se traspase las fronteras de la nación - estado y que la humanidad se mire como una gran y única familia (RODRÍGUES, 1993). Este paradigma remite, también, a la idea del rescate de la cultura popular pernambucana que el movimiento *Manguebeat* propone como uno de sus principios, y que tiene una gran repercusión entre sus jóvenes adeptos.

---

<sup>20</sup>Una de estas teorías es la del “Eco-desarrollo”, que nos parece una dulce utopía. Su autor, Jacinto Rodrigues, la divulga en 1980 y en 1993 la reafirma, en su obra Arte, naturaleza e a cidade. La pretensión no es la de enunciar a las conquistas tecnológicas o al confort que proporcionan, ni devolver a la humanidad a un primitivismo pretérito. Pretende que el progreso se reproduzca con la utilización no depredadora de la naturaleza, disfrutando de elementos naturales, que forman el escenario ideal para el nacimiento del nuevo ser humano. Para que se pueda construir este ambiente ideal, ha de aplicarse la “ecotécnica, que consiste en la creación de nuevos conceptos tecnológicos que se basan en la descentralización , en las tecnologías “dulces” y en las energías naturales. Para que puedan aflorar , necesita el ambiente de una organización social comunitaria que se autogestione, en la que la cultura sea la iniciación al proceso consciente de realización de “seres libres, autónomos y cooperantes”(RODRÍGUES,1980:56). La energía necesaria para la comodidad humana es sacada de las energías naturales no agotables (eólica, solar, geotérmica), el reciclaje e materiales, el uso de materiales que no produzcan polución y de tecnologías simples y controlables por los obreros , que permitan la descentralización. Para comprobar que su propuesta tiene posibilidad de éxito, el autor, ilustre urbanista y ecologista portugués, hace referencia a algunas experiencias exitosas que pueden ampliarse y conducir a la realización de la quimera deseada. Algunos de los casos en que la idea ha tenido éxito son los realizados por *Kleine Aarde*, en Holanda, por el *Center of Alternative Technology*, en Gran Bretaña, de *New Alchemy*, en los Estados Unidos de América y los *Kibutz* en Israel, la experiencia de vida comunitaria más exitosa. Los ejemplos son diferentes entre sí, aunque presenten similitudes respecto al carácter experimental y ejemplar (RODRÍGUES, 1993).

### **1.4.1. IDEAS JUVENILES: EL PACIFISMO HIPPIE Y LA REBELDÍA PUNK**

En los EE.UU., en los años cincuenta, la emergencia de la sociedad de masas, con la seducción del consumo, hizo de los individuos piezas manejables para la acción más eficiente de los medios de comunicación. Nivelando las emociones y las sensibilidades individuales, sustituyó la noción de individuo, sujetado a las coacciones sociales, por una entidad no identificable: la masa, “una confusa combinación social, realidad al mismo tiempo opaca y translúcida, de este nada: las masas (...) ellas son atravesadas por corrientes de flujos, a semejanza de la materia y de los elementos naturales”(BAUDRILLARD,1985:9).

Sobre esta estructura simbólica de llamamientos consumistas se planta el fantasma de la guerra del Vietnam, el *apocalypse now*, que según Paul Yonnet (1988) era, en la situación de “guerra fría” que se vivía en la época, una punta del iceberg que representaba en los imaginarios individuales la amenaza pendiente de una conflagración nuclear mundial. Esta situación impele los tempranos movimientos juveniles a conductas de protesta contra la estructura social (el sistema), que armaba esta arquitectura guerrera. La juventud, al sentirse “huérfana” con relación a las instituciones sociales, “renuncia” a formar parte del todo social, inventando vértigos, como la música *pop*; los estilos alternativos de vivir, expresados en la ropa, los complementos, el estilo; las drogas y la religión para alienarse de la situación contextual de incertidumbre.

Todo comenzó con los *beats* (liderados por Allan Ginsberg y Jack Kerouac), precursores de los grupos juveniles que sacudieron las bases de la sociedad norteamericana y del mundo, que encarnaban un nuevo tipo de individuo, emocionalmente apartado de la sociedad convencional, con dificultades para establecer conexiones con su realidad social circundante. Eran casi autistas conscientes, usaban la literatura como forma de expresar su protesta e influenciaron con “su vigor y espontaneidad todos los movimientos juveniles posteriores” (TRIGO, 1985:92).

El dique que contenía las aguas de la contradicción, expresada por la “Silent Generation”, <sup>21</sup> se rompió bajo la ola de la modernización de las estructuras sociales, representada por el movimiento de la integración de los negros, la liberación de grupos subalternos y discriminados, como los de las mujeres y de los homosexuales. En los EE.UU., la juventud libera su insatisfacción, sentida también por algunos sectores de la sociedad norteamericana. Así ocurrió no solo con los primeros jóvenes, estudiantes de arquitectura, psicología y ciencias sociales, que crearon el movimiento *hippie*, grupo que también contaba con la adhesión de algunos profesores. En mayo de 1965, en el estado de Colorado, realizaron una ruptura frontal con el sistema de enseñanza, considerado decadente, y erigieron la primera comunidad *hippie* a la que llamaron *Drop City* (DAUFOUY y SARTON, 1971:96).

El objetivo central de la comunidad era, en contacto con la naturaleza, propiciar a sus miembros el desarrollo de su creatividad. La libertad era considerado un valor muy significativo, al punto de que en la comunidad la jerarquía no existía, pues el control social se ejercía colectivamente, concediendo una importancia extrema a los deseos individuales, sin ningún tipo de organización laboral formal.

La experimentación de las drogas era un sencillo acto de contestación o una forma de alcanzar el Nirvana, de superar los límites impuestos por la condición humana, además de ser uno de los iconos *hippies*, al que se añadía la música, simbolismo productor de identidad juvenil. El estilo de vida *hippie* representaba ideas de contestación contra la rigidez de los postulados de la moral liberal-puritana, un orden de valores que había perdido la legitimidad para la juventud (HALL, 1970). La perspectiva de apertura para el mundo, de deseo de integración entre los pueblos y entre las culturas. Estas señales están en las creencias orientales que asimilan, en la indumentaria singular que usan y en la introducción en las músicas de instrumentos no occidentales, como la cítara o los de percusión africanos que se mezclaban con las flautas rústicas vegetales (YONNET, 1988).

---

<sup>21</sup> La revista Times denominó a los beats de “Generación silenciosa”. Ver en COLUBI, 1997, p.85.

La eliminación de la diferencia de importancia entre los géneros que se exteriorizaba a través de las ropas, de los peinados y de las posturas (DAUFOUY Y SARTON, 1971). Otra de las posturas críticas de los *hippies* ante la sociedad norteamericana de entonces, era la que el progreso desmedido propugnado por el liberalismo capitalista era una agresión a la naturaleza, por esto tomaron la flor como símbolo de esta concepción contestataria (HALL, 1970).

Desde los Estados Unidos, la rebelión de los jóvenes se extendió al otro lado del océano como la pólvora. Mientras los *hippies* iban por las calles norteamericanas protestando pacíficamente contra la guerra del Vietnam y ofreciendo flores como símbolo de “paz y amor”, los jóvenes de París que en mayo de 1968 ocuparon la Sorbonne, mostraban que las bases ideológicas del mundo social de los adultos no respondían a sus inquietudes y necesitaban una renovación. Sus eslóganes expresaban una protesta generacional con un componente político: manifestaban el agotamiento del industrialismo, de la sociedad del consumo de masas, de la modernidad extenuada que empezaba a exigir un cambio. “¡Prohibido prohibir!”, “¡Sé realista, pide lo imposible!”, eran las expresiones que utilizaban para hacer pública la necesidad de liberación que se extendía a la libertad sexual y a los demás prejuicios. Animaban a todos los jóvenes a ”¡desabrochar las ideas tantas veces como se desabrochan las braguetas!”. Esto equivalía a “desublimar y a liberar a *Eros*”, en cuanto apagaban los televisores y se desconectaban de los convencionalismos y de las dependencias creadas por el consumismo. Más allá de la liberación sexual, se puede interpretar la protesta como la afirmación política de la juventud que luchaba para hacerse escuchar, para obtener un papel autónomo en el espacio público (ROSZAK, 1969).<sup>22</sup>

Paul Yonnet (1988) interpreta esta combinación en la perspectiva de que todo esto sería la evidencia del carácter multiforme y descentralizador del pensamiento *hippie*, transmitido a la juventud de todo el mundo:

---

<sup>22</sup> Ver también, sobre la contracultura de los años sesenta, MARCUSE, 1972, y HALL, 1970.

“la confluencia de explosión de los puntos de referencia; el *hippie* oye ‘space rock’, lleva campanillas alrededor de la cintura, se viste con una tela india que lleva por encima de un tejano, y sostiene el libro tibetano de los muertos en una mano y en la otra una lata de cerveza”( YONNET,1988:131).

Puede ser por esto que algunos analistas de las subculturas juveniles consideren que los movimientos de contestación contracultural han originado un tipo específico de manifestante que, aunque no esté alineado políticamente con las protestas sociales de su contexto, se revela contra el sistema, las instituciones y la propia realidad, desde la más cercana de su entorno hasta la más general, como la violencia de la guerra, del hambre y de las miserias sociales. Esta conducta también ha sido constatada no solo entre los movimientos *hippie* (ROSZAK,1969 y HALL, 1970), y *punk* (HEBDIGE, 1979 y ESSINGER, 1999) y otras subculturas (HALL y JEFFERSON, 1979).

La ciudad de San Francisco fue El Dorado juvenil de la década de los sesenta, lugar donde la gente joven buscaba los ingredientes básicos que supuestamente hacían parte de un paraíso: flores, música, amor y drogas. Ubicada en una bahía, la ciudad se encuentra rodeada de espléndidas bellezas naturales: de un lado playas especiales para la práctica del *surf*, como la de Santa Cruz, del otro el desierto de *Death Valley*, el lago *Tahoe* y los bosques *Muir Wood*. Con el éxodo de personas de todas las regiones, la ciudad se convirtió en el “*meeting pot*” racial y cultural que hoy compone la estructura poblacional del país. A partir de 1966, la comunicación de masas percibe que algo inédito estaba ocurriendo en el norte de California, y revela al mundo la existencia de los *hippies* (COLUBI,1997).

“En el rastro del nuevo sueño norteamericano, una música en particular reviste la importancia simbólica de la época. La canción ‘*California Dream*’, gravada por el grupo ‘*The Mamas and the Papas*’, evocaba literalmente el sueño de un viaje a California...” (para participar directamente de los cambios que ocurrían en el escenario de San Francisco) (CORRÉA, 1989:81).

Pepe Colubi (1997) resume la filosofía *hippie* con esta referencia: “A mediados de los sesenta se concentraba en el barrio de *Haight-Ashbury* el germen de una juventud diferente; en la *Psychedelic Shop* compraban papel de fumar,

distintos modelos de pipas de agua, *posters* psicodélicos y *best-sellers* de su generación como los libros de J.R. Tolkien, Aldous Huxley o Marshall McLuhan (autor de la famosa frase 'el medio es el mensaje'). También podían dejarse caer por el *San Francisco Zen Buddhism Centre* o la *Sexual Freedom League*. Los más necesitados podían recurrir a un grupo de radicales que se hacían llamar *diggers* (...) que buscaban en la basura, o directamente robaban, la comida y los artículos necesarios para sobrevivir sin dinero" (COLUBI, 1997: 85).<sup>23</sup>

Podemos sintetizar la concepción de valores del movimiento *hippie* en estos puntos:

- a) el distanciamiento de la sociedad formal que consideraban consumista y predatoria.
- b) El respeto a la libertad individual los hacía vivir en comunidad en comunidades democráticas (¿o anárquicas?) en que todos tendrían libertad para todo, sin censuras.
- c) el respeto por la naturaleza, protegida contra la agresión industrial capitalista, simbolizada por la flor.
- d) el pacifismo que pregonaba el amor y el compañerismo.
- e) el compartir de las cosas materiales y emocionales con los compañeros.
- f) el vivir el día, sentimiento justificado por la inestabilidad de la inminencia de la catástrofe nuclear, que sugiere la transitoriedad de los actos. el estímulo al hedonismo, en la defensa de la libertad sexual, que es una faceta de la libertad individual llevada al extremo.

Observamos que la onda *hippie*, contestataria en su pacifismo, se asemejaba más a una actitud de alineación, pues aunque pregonase "vamos hacer amor y no la guerra", contenía una razonable dosis de violencia contra uno mismo. La actitud autodestructiva del consumo descontrolado de las drogas pesadas y del sexo sin razón, consecuencia de la libertad sin límites y del hedonismo extremado, no contenía una propuesta sólida de sustitución de los parámetros sociales vigentes. Entendemos que la época en que surgió el movimiento *hippie* había una comoción

---

23 El apodo del grupo de *hippies* radicales – los *diggers* – viene del nombre de unos granjeros del siglo XVII, que desafiaron las leyes de propiedad. El nombre representaba las ideas contrarias al sistema capitalista, a la propiedad privada, a la pose de bienes materiales que ellos negaban. Aldous Huxley, famoso autor de best-sellers norteamericanos, escribió la obra *Las puertas de la percepción* en la que describe experiencias con alucinógenos. Ver en COLUBI, 1997, p.85.

en torno al envío de los jóvenes norteamericano al Vietnám, para luchar una guerra sucia, que tenía no un objetivo patriótico más la manutención de una posición colonialista. La bandera de la diserción, y de la innsumición también era utilizada por los movimientos contestatarios de entonces, que procurava impedir la adhesión de más jóvenes al conflicto.

La subcultura juvenil norteamericana cruza el océano y desembarca en Europa, globalizándose. El contexto anglosajón de los setenta estaba distanciado del conflicto bélico que se vivía en Estados Unidos, pero también era de conturbación debido a la crisis del petróleo y al paro que se convierte en un grave problema social en el que la juventud es el segmento más sacrificado. En este escenario de crisis surge otra respuesta alternativa juvenil que interpreta las contradicciones existentes en la realidad contextual y se relaciona con ellas. Esta nueva versión subcultural elaborada por la juventud es el movimiento *punk*. Esta palabra es utilizada para definir la forma alternativa de ver la realidad, significa *basura* en inglés aunque también puede ser definido como *estopín*. Bajo este sentido simbólico, los grupos que iniciaron sus apariciones en Londres utilizaron un aspecto característico y llamativo: cortes de pelo desiguales o la famosa cresta mohicana engominada, cazadoras con tachuelas que forman el nombre de algunas de las bandas musicales *punks*, pantalones ajustados, botas de cuero y complementos sado- masoquistas. Los *piercings*, actualmente muy comunes entre los jóvenes, son la marca estética del movimiento junto con la cresta: se los colocaban en las partes más inimaginables del cuerpo.

Las ideas son radicales y expresan una violencia que pretende romper con la sociedad establecida, su principal enemiga: para ellos, “no hay futuro”, lema que indica la convicción de que la falta de control sobre las personas es la mejor solución para el mundo. Estas ideas son divulgadas por los grupos musicales que en la década de los setenta influencian un gran segmento juvenil, desencantado con el paro y sin posibilidades de inclusión social.

“El *punk* es combativo por naturaleza, anárquico por convicción e iracundo por necesidad, por eso muchas de las letras de sus canciones hablan de los problemas inmediatos, aunque *Dee Dee Ramone* declara, en 1977, que los *punks* británicos fueron unos amargados por tocar canciones sobre el problema de no tener trabajo”(COLUBI, 1997:157).

Los representantes más famosos de la música *punk-rock* fueron los Sex-Pistols, principalmente por las posturas personales que reproducían la locura que ocurría en los escenarios. El vocalista de la banda, Sid Vicious, era un drogadicto que vivía un cotidiano lleno de agresiones y de conductas antisociales que terminaron con el asesinato de su compañera, el último hilo que lo prendía a la realidad. El grupo musical fue una invención de Malcolm McLaren, un empresario que tuvo la idea de juntar a los cuatro artistas y es considerado como el “padre del *punk*” (ESSINGER, 1999). Los pioneros y más significativos representantes del movimiento *punk* tuvieron una actuación efímera, aunque consiguieron producir un efecto avasallador sobre la música *pop*, las audiencias juveniles, el mercado y, sobre todo, la opinión pública. Desdeñando los medios de comunicación de masas, considerados como armas del sistema, el movimiento se disemina socialmente a través de las formas de comunicación alternativas como *fanzines*, sellos discográficos propios, redes paralelas de información y un circuito empresarial de conciertos, fuera de la media convencional.<sup>24</sup>

Debido a las posturas antisociales con las que atacaban a las instituciones y a todo lo convencional, los *punks* empiezan a ser perseguidos por la sociedad británica. A éstos grupos de música se les prohíbe realizar conciertos, aparecer en la televisión y en la radio, y sus adeptos son víctimas de insultos y amenazas por parte de la extrema derecha británica (YONNET, 1988). Sin embargo, a pesar de estas limitaciones y de su brevedad, el movimiento será un divisor de aguas entre el *rock* convencional, apropiado para el mercado, y la música *pop* más radical. “Alterará enteramente el paisaje de la música *rock*, las normas de audición y de producción musical, los criterios de juicio y los modelos de comportamiento, de una manera comparable a la del movimiento dadaísta en literatura, nacido poco después de la primera guerra mundial” (YONNET, 1988:132).

En las ideas *punks* se pueden percibir definiciones que proponen un individualismo extremado, el rechazo a todas las coacciones grupales y la trasgresión de todo tabú. La negación de la familia y del trabajo, considerado, junto con la educación formal, como una agresión al individuo. Los artistas pregonaban la estética de lo feo, la improvisación de las interpretaciones musicales y lo efímero

---

<sup>24</sup>*Fanzines* son periódicos alternativos y artesanales que son vendidos en las calles, y pasan de mano en mano entre los aficionados.

de las canciones. Como animales nocturnos, eran enemigos del día, sustituyeron el lema de los *hippies* “Paz y amor”, que consideraban “carne podrida”, por la expresión “Hate and war” (“Odio y guerra”), y como odiaban la ecología, la naturaleza y el campo, por declararse eminentemente urbanos, utilizaban como símbolos aparatos encontrados en los grandes centros comerciales de las ciudades: navajas, objetos de vinilo y de metal (ESSINGER, 1999).

La estética *punk* representó un retorno a una visión más actual, valorizando los objetos urbanos, la ciudad, y su vida nocturna, uno de sus símbolos. Incluso el odio y el conflicto son aspectos característicos de las grandes ciudades en las que convive gente de todos los orígenes.

“En este aspecto, el movimiento *punk*, sí rompe con todos los mitos escatológicos desarrollados por la cultura *pop* (el *punk* es anarquizante pero no anarquista y nunca recurrió a las soluciones sociales propuestas por los teóricos de la anarquía), y lleva a cabo una ruptura semejante con el mito de origen del *rock'n'roll*: los *punks* no adoptan la máscara de la edad de oro” (YONNET, 1988:134).

El mercado, siguiendo su lógica, se apropió de la estética *punk* y la masifica: lo que empezó siendo una actitud con la que los jóvenes de la periferia londrina, de las clases más pobres, expresaban su contestación contra el sistema, se convierte, a manos de la industria de la moda, en un modismo accesible a todos. “El público que acudía – disfrazado de *punk* – a los conciertos de los Pistols, dejaba ver que no había sitio para los clones en la filosofía del caos, por esto hoy en día los adeptos de esta tribu funcionan con rígidos esquemas estéticos y de comportamiento” (COLUBI, 1997:157). Los artistas extendieron su contestación a la industria discográfica, en la que no hacían concesiones, y consiguieron imponer sus reglas.

“Considerado como un estilo musical que vino a salvar el *rock* (a la vez que se entregó a la acomodación y al juego de industria fonográfica) el *punk* trae consigo una carga de negatividad y de contestación del *status quo* que no permite su propia supervivencia pues una vez convertido en fenómeno de masas, deja de ser *punk* (ESSINGER, 1999:20).

Dick Hebdige (1979:12) al escribir *Subculture the meaning of stilus*, constata que “el estilo de las subculturas está impregnado de significados”. En su proyecto teórico intentó comenzar la construcción de una “gramática” que pudiera

descodificar “los mensajes ocultos en la superficie satinada del estilo” (HEBDIGE, 1979:18). El marco conceptual del estudio utilizó la semiótica, la ciencia de los signos postulada primero por Ferdinand de Saussure y desarrollada después por Roland Barthes. A través de la interpretación de los excesos y las contradicciones propios del estilo *punk*, Hebdige llega a entender a los grupos juveniles subculturales, interpretando a partir de los signos superficiales de esta subcultura los vínculos “estructurales profundos” que conectan las subculturas negras y blancas, estableciendo que ha un “diálogo simbólico” entre ellas.

En estas relaciones Hebdige observó la influencia del *reggae* negro en la música de gran volumen de los *punks*, configurada para el autor como una “ausencia presente”, un agujero negro en torno del cual la música *punk* se compone a sí misma. Otra señal de esta lectura es el apoyo que muchos miembros de esta subcultura blanca dieron a la campaña “*Rock contra el racismo*”. Para dar cuenta de la naturaleza generalmente subversiva de este estilo subcultural, la interpretación de Dick Hebdige (1979) pone en funcionamiento la distinción estructuralista entre textos “abiertos” y textos “cerrados”. La fuerte división planteada por los “estructuralismos clásicos” entre los primeros – de la cultura dominante –, y los segundos – de la cultura de vanguardia radical, ha sido objeto de críticas desde un conjunto de perspectivas, incluyendo aquellas que permanecen dentro de una problemática ampliamente estructuralista como aquellas que la desafían.

Según el autor, el estilo subcultural está en constante estado de producción y, por ello, es más un proceso cultural que un texto. El estilo *punk* plantea de la manera más gráfica los problemas teóricos de una lectura semiótica del estilo subcultural, llevando al extremo las prácticas estilísticas de otros grupos con su anárquica reordenación de las formas del vestuario, de la música y del baile que “significa caos en todos los niveles”

Consideramos significativo apuntar la interpretación de Simon Frith (1989) que sostiene que la historia del compromiso de la juventud blanca con la cultura negra no puede quedar reducida a una sucesión de respuestas estilísticas. Estas relaciones tienen una historia sustantiva y no simplemente una “historia fantasma”. El análisis de Frith consiste en estudiar encuentros reales entre los dos tipos de jóvenes racialmente diferentes, encuadrándolos en un estudio histórico del

impacto variable que la cultura negra ha tenido sobre las estructuras e instituciones de la sociedad británica. El movimiento *punk* nació de la misma crisis social y económica que provocó el surgimiento de la actividad del ala derecha nacionalista y racista, en un contexto político y social más amplio. El alcance con el que la juventud blanca se asocia y se apropiá de formas culturales negras dependerá de factores que denomina “contingentes”, tales como la ubicación geográfica y la naturaleza de la producción cultural en forma de clubes y discos.

## 1.5. LOS VALORES JUVENILES

Las peculiaridades de las diferentes visiones sobre el ser humano contemporáneo, discutidas en este capítulo, así como el estudio de las ideas de las subculturas que poblaron el universo contracultural de posguerra, auxiliaron en la construcción de un modelo que permita la percepción de la *visión de mundo* de la juventud actual, concretamente el segmento que nos interesa, la juventud *mangue* de Recife. Las posiciones que asumieron estas tribus sirven de paradigma para que todas las generaciones posteriores de cualquier cultura, con mayor o menor proximidad, definan los parámetros de sus creencias y valores.

Un sistema de opciones axiológicas “no es más que una disposición jerárquica de valores, una clasificación ordenada de valores a lo largo de un *continuum de importancia*” (ROKEACH, (1968/69:55). Estas escojas implican en una preferencia, una distinción entre lo que el individuo considera importante y lo secundario, entre lo que valoriza y lo que no valoriza y la elección se somete a los criterios valorativos que prevalecen en la sociedad. Así, la esencia misma de los valores presupone su jerarquización. Álvaro Tamayo (1994) afirma que para realizar su elección, el individuo debe situarse frente a la realidad como un actor que participa de su realización. Las definiciones de las posiciones jerárquicas de los valores tienen relación con el *tiempo* –elemento fundamental para su desarrollo–, con el *deseo* – que de acuerdo con su intensidad establece las prioridades–, y con el *esfuerzo* realizado por el individuo para obtener las metas situacionales que son los valores. Utilizar el concepto de jerarquía de valores permite comparar los individuos, los grupos sociales y culturales, no solo con relación a las opciones entre sí, sino al nivel de las preferencias axiológicas de estos segmentos.

Algunos aspectos son consustanciales a la noción de valores. En primer lugar, su generalidad, es decir, los criterios que definen las situaciones generales que son vivenciada por los individuos. En segundo lugar, los valores son relativamente estables a lo largo del tiempo y, aunque durante la vida los individuos cambien sus preferencias y principios en función de sus necesidades, permanecen más estables que otros aspectos, como por ejemplo las actitudes. En tercer lugar, los valores condicionan las posiciones que los individuos asumen ante las circunstancias de la vida, son responsables por las evaluaciones que hacen y por las posturas en la vida social. Podemos concluir afirmando que los valores transcienden los objetos específicos y particulares, orientan nuestras actitudes, juicios, opiniones y conductas hacia las situaciones sociales.

La forma como los individuos conciben su realidad contextual y se colocan en ella es lo que definimos como *visión del mundo*. Este proceso está fundamentado por lo que la sociedad valora y admite ser significativo, y es lo que va a establecer como prioridades axiológicas de una comunidad, a través de su fijación en el imaginario individual. Lo que se constituye en principios orientadores de las actitudes, de las conductas y de la ética de los individuos son los valores que componen el modelo teórico de realidad y encuadran los ideales personales, delimitando las metas a alcanzar en el porvenir. Estas prioridades axiológicas también anclan la identidad individual y es lo que convierte a la persona en un ser social único y original (SCHWARTZ y TAMAYO, 1993).

El ser humano existe mientras se ponga en correlación con su realidad, es decir, con el espacio que lo circunda y con las experiencias que vive en él. Este es un “ambiente natural particular” que deriva de un orden cultural y social específico, anterior a su existencia. A través de los “otros significados” estos elementos son mediatizados hacia él. De acuerdo con este entorno social y la capacidad individual, se produce la “humanización” del ser, condición imprescindible para su auto re-conocimiento como *ser en el mundo*, calidad que es variable para cada individuo, lo que haría tan distintas y “tan numerosas las maneras del ser en convertirse en humano como lo son las culturas humanas” (BERGER y LUCKMANN, 1967:72).

La traducción de la realidad, única e individualizada, se hace en la simbolización de los objetos cotidianos, legitimada con la institucionalización de las acciones sociales (contexto), dictada por una cultura. Ésta funciona como un gran cuerpo normativo, como un orden predeterminado anterior a la estructura social. Deseamos enfatizar la significación de las creencias y los valores presentes en el imaginario individual, en la composición de la percepción de lo real y de las prioridades que los individuos relacionan como guías para sus actitudes y acciones cotidianas. En este sentido, las imposiciones culturales y las normas formales emanadas del contexto social representan importantes elementos, algunas veces contradictorios, que definen las escojas individuales que el ser humano realiza al largo de su existencia.

Entre las varias explicaciones en las que se basa el concepto de *valores*, destacamos la dimensión motivacional, la que los define como “principios transituacionales, organizados jerárquicamente, relativos a estados de existencia o modelos de comportamientos deseables, que orientan la vida del individuo y expresan intereses individuales, colectivos o mixtos, así como los tipos motivacionales” (SCHWARTZ y TAMAYO, 1993:330).

Según esta definición, los valores son metas fijadas por los individuos para sus vidas, que asumen importancia mayor o menor, y constituyen elementos orientadores para su forma de pensar y para sus acciones cotidianas. En el proyecto personal de vida los valores aparecen como un estímulo para cambiar los deseos en metas. Los valores también están condicionados por los deseos generados por necesidades humanas universales y características de su condición como ser biológico y actor social, que son denominados de:

- necesidades biológicas, inherentes al organismo humano.
- necesidades sociales, que regulan el cuerpo social y las relaciones entre las personas en sociedad.
- necesidades socio institucionales, propias de la supervivencia de los grupos sociales (SCHWARTZ y ROS, 1995).

Las necesidades humanas y los influjos de la socialización son fundamentales para que los individuos asuman principios, hábitos culturales que significan

actitudes y posturas socialmente adecuadas para relacionarse con sus semejantes. Son estas reglas, emanadas de la Sociedad, las que compatibilizan la satisfacción conveniente a la condición humana con los principios que resguardan el todo social. El deseo sexual, por ejemplo, es una necesidad física y psicológica del organismo humano, cuya satisfacción está socialmente reglamentada y asume, para individuos con prioridades axiológicas distintas, la importancia de cumplir un mero deleite físico o trascender en una relación espiritual de amor y de intimidad.

Dentro del mundo académico se han realizado algunos estudios sobre los valores, con la preocupación de ampliar el entendimiento de las actitudes de los individuos ante los cambios de las sociedades contemporáneas. En los EE.UU., investigadores como Ball-Rokeach, Rokeach y Grube (1984), Inglerart (1985) y Rokeach y Ball-Rokeach (1989) realizaron estudios con muestras nacionales representativas para registrar las tendencias axiológicas de la sociedad norteamericana. En general, los estudios revelaron que la jerarquía identificada es muy consistente a través de los tiempos, situando la importancia en torno a los valores: Familia, Paz, Libertad, Respeto propio, Felicidad y Sabiduría.<sup>25</sup>

Jacques Derrida (1981), coincide con esta percepción sobre los valores y después de analizar los cambios en la actividad de los individuos contemporáneos concluye que éstos son consecuencia de la Postmodernidad que destroza los sistemas de creencias en los que se basan los postulados de las sociedades occidentales, y sobre ellos se constituye una nueva estructura.

En este marco de la Postmodernidad, hacemos referencia al trabajo desarrollado por Ronald Inglerart en 1998, en cuarenta y tres naciones, en el que procuró identificar la presencia de valores *materialistas* y *posmaterialistas*, estos que consideró como los más compatibles con la Postmodernidad. Los primeros se caracterizan como los más destacados en las sociedades que no alcanzaron un nivel de crecimiento económico que les permita ofrecer a la población condiciones económicas adecuadas. Debido a numerosas carencias, las personas supervaloran los aspectos materiales de la existencia, sometiendo a éstos sus realizaciones personales.

---

<sup>25</sup> Siempre que citarmos valores, los escribiremos con letra mayúscula.

En los valores *posmaterialistas* están localizados entre los individuos de las sociedades avanzadas posindustriales en las que se ha producido la inversión de las prioridades axiológicas, determinando el surgimiento de nuevos estilos de vida. Inglerart (1998) afirma que, en el momento actual, en el que prevalece una visión inédita del mundo, reemplazase gradualmente las percepciones de la realidad que predominaban en las sociedades industriales. Esto refleja un cambio que los individuos desean tener en la vida, observando la revalorización de la Tradición.

“El Postmodernismo es el nacimiento de nuevos valores y estilos de vida e implica una mayor tolerancia para con la diversidad étnica, cultural y sexual, y para con las elecciones individuales concernientes al tipo de vida que se quiere llevar” (INGLERART, 1998:28).

Las muchas investigaciones que realizó sobre los valores con sus colaboradores, Shalom Schwartz (1995) definieron siete categorías de valores capaces de establecer comparaciones entre las culturas. Estos valores se conceptúan como *socio céntricos* (que atribuyen mayor importancia a las cuestiones sociales), *individualistas* (que resaltan las cuestiones que se refieren a los individuos) y mixtos (que pueden ser a la vez social e individual, que se inclinan hacia uno u otro de los dos sentidos). Los investigadores consideraron en treinta y tres países del mundo, treinta y siete culturas diferentes que convivían en estos espacios nacionales. En esta muestra se incluyen Brasil, España y Estados Unidos. Las naciones europeas revelaron una razonable significación para los valores que estimulan la competencia, lo que sería coherente con el prestigio que entre sus ciudadanos posee la noción de éxito personal, explicado por tener este valor una función fundamental para el mantenimiento del sistema económico capitalista (MERTON: 1970).

El sistema axiológico relevante en una sociedad es observado a partir de la dimensión del nivel cultural (valores culturales) o por la traducción que de ellos hacen los individuos (valores individuales). El primer nivel es más adecuado cuando se pretende evaluar cuáles son los elementos culturales en una nación, es decir, su “mentalidad”. Evidentemente, en los valores denominados “individuales” también es posible notarse la “sensibilidad” que determina y gobierna las relaciones

sociales pero, como son detectados a través de elementos muy variables - las acciones personales -, pueden dar pie a equívocos en los análisis de los valores llamados “culturales”.

- Valores del individuo (VI) son aquellos referentes al hacer humano, a la práctica cotidiana medida a través de los comportamientos individuales, que pueden tener variadas formas en función del repertorio personal y la asimilación de los contenidos culturales de las personas. Los valores individuales son reflejo de los valores culturales circulantes cristalizados en la memoria colectiva. Son marcos subjetivos que van a condicionar, de forma casi subliminal, las posturas cognitivas (actitudes) y las conductas de los individuos en interacción social.
- Valores culturales (VC) son los parámetros que definen las pautas de conductas sociales a las que se someten los individuos y revelan las ideas predominantes en una sociedad. Se puede decir que la “mentalidad” de una nación se revela a partir de los elementos valorados en su cultura, las actitudes ante las situaciones cotidianas. Por ejemplo: en una sociedad que valore la competitividad, las escuelas estimularán el sentido de competencia de los niños y se valorizarán más las formas de saber tecnológicas y técnicas que las de las ciencias humanas y las de las artes.

“Las dimensiones que organizan los valores individuales reflejan las dinámicas psicológicas de conflicto y compatibilidad que los individuos experimentan cuando persiguen valores en su vida diaria” (SCHWARTZ y ROS, 1995:70). Aunque las aspiraciones se definen en el ámbito cognitivo, que por la práctica social se convierten en hábitos, suelen ocurrir por inducciones de la conciencia social. Por ejemplo: en una sociedad que valore la jerarquía, se socializará a los niños con los criterios de respeto a las rígidas normas de convivencia social y a todo tipo de autoridad, con posibilidades razonables de convertirse en adultos socialmente ajustados y poco contestatarios.

Hablando sobre el modelo global de valores, consideramos que la educación es responsable por el hecho de reproducir o de no advertir sobre la *mentalidad* que se instala en los contenidos educativos. Nuestra sociedad occidental, que toma la racionalidad como base de la conciencia y de la cognición, tiene la obsesión por

desarrollar una conciencia tecnológica. Esta característica es la que imprime la educación que sofoca, desde temprano, la emotividad y la creatividad, y no contribuye en el desarrollo del sentido crítico de los jóvenes.

“Se educa en una organización racional de la racionalidad (...) se prepara a los ciudadanos para una organización racional del trabajo a fin de incrementar la productividad. En cambio, se vive en un entorno comunicativo en el que se privilegian las imágenes y la explotación irracional de las tendencias y de los impulsos emotivos e inconscientes” (FERRÉS: 1996:302).

El perfil de esta visión educativa otorga gran prestigio a la *realización personal*, con la obtención de un alto estatus social y la adquisición de bienes materiales, de conocimiento y de erudición que tengan un objetivo utilitario, aspectos considerados necesarios para la consecución de los componentes indispensables a la realización del éxito personal. Los *vencedores* son los que tienen actitudes individualistas y los que olvidan la solidaridad y los sentimientos para concentrarse en desarrollar la carrera profesional (identificada con el éxito financiero). Suponemos que éste es el modelo de los mensajes de los medios de masas y de los contenidos de la televisión, el agente más eficiente para la divulgación de valores competitivos, puesto que es el más familiar en el cotidiano de los niños.

Cuando discutimos sobre valores, hemos de admitir que, en el momento actual de amplia y difusa circulación de contenidos culturales, la comunicación de masas divulga un modelo de valores consensuado en todas las culturas. Estas ideas, divulgadas en todas las sociedades como si fueran un patrón universal, están basadas en la realidad presente en el mundo desarrollado. Es conveniente reiterar que la juventud que es objeto de nuestras investigaciones, convive en un contexto socioeconómico y cultural muy distinto del patrón vigente en las realidades desarrolladas, aunque reciban de los elementos de su socialización los influjos y seducciones de este modelo de estilo de vida y de consumo.

A partir de todas estas referencias, hemos elaborado una propuesta teórica sobre las características de los valores de la juventud *mangue*, presuponiendo que entre los jóvenes recifenses en general predominan dos maneras diferentes y hasta cierto punto opuestas de percibir la realidad. Estas perspectivas extrapolan la

cuestión de clases sociales, aunque definen diferencias de patrón de consumo y determinan la desproporción entre el juicio crítico - más o menos desarrollado - de mirar el contexto que sobresale entre los grupos vinculados a una u otra visión.

Creemos que para una gran parcela de esta juventud los valores tradicionales de la sociedad occidental, que les son transmitidos por la socialización, constituyen los parámetros más significativos para sus conductas y sus actitudes. Esta concepción se expresa por las prioridades axiológicas que predominan en las sociedades occidentales económicamente dominantes, en las que tienen gran importancia la competencia, el prestigio social y la obtención de bienes materiales que definen una mentalidad competitiva y utilitaria. Estos valores hacen parte de la *matriz integrada*. Los tres valores identificados como típicos de la mentalidad brasileña han sido alineados a esta matriz, aunque admitimos que pueden ser aceptados indistintamente por personas que acepten la mayoría de los valores de la otra matriz.

La otra perspectiva de concebir el mundo se expone en la *matriz innovadora*, que contiene prioridades de los individuos que se construyen a partir de la reelaboración de los conceptos sociales. Estos valores representan una procreación nueva de la vida y se encuentran dentro de la visión *Manguebeat* de la realidad. Éstos tienen una cercana proximidad con las ideas que comentamos anteriormente, que componen la visión Redentora de la vida, relacionada con algunos parámetros que forman las perspectivas de las subculturas juveniles predominantes en el siglo XX, y que tuvieron una importancia contracultural para romper con la propuesta de la sociedad de masas.

**Matriz Integrada** – este es un modelo teórico que suponemos contiene los valores jerárquicamente más aceptados por la mayoría de la juventud recifense, y tiene

su base en los postulados predominantes en las sociedades cuyo componente ideológico se apoya en la visión liberal - capitalista que asocia la felicidad a la obtención del bienestar material. Los valores que componen la matriz son: **Éxito, Importancia de la apariencia, Visión utilitaria, Práctica utilitaria, Respeto a las normas, Tradición, Vanidad, Trabajo y Ser espabilado.**

Las sociedades occidentales, especialmente la norteamericana, las condiciones económicas producidas por la industrialización, el consumismo, han asociado la felicidad a la obtención de bienes materiales, induciendo a los ciudadanos a valorar aspectos individualistas, relacionados al éxito personal. Según observó Inglerart (1998) las prioridades de los valores materialistas en estas sociedades se imponen sobre las obligaciones comunitarias o sobre el cultivo de las calidades intelectuales y del espíritu.

La obtención del éxito social es señalada como meta en las sociedades en las que ocurre el incremento de riquezas y de la movilidad social. El éxito es asociado a la felicidad y al triunfar en la vida. Este objetivo sugerido a todas las personas hacen com que aspiren a ascender socialmente, ya que el sistema los estimula a progresar libremente y cada vez más. Los individuos someten sus realizaciones personales a los intereses empresariales para alcanzar la meta del éxito. Sobre la orientación que ocurre en las relaciones empresariales, la burocratización y las rutinas estandartizadas originan una centralización que sofoca la creatividad individual (INGLERART, 1998).

Actualmente, en todas las sociedades el propio sistema social induce a las personas a valorar la posición social que les puedan añadir prestigio en su medio social, meta posibilitada por sus cualidades personales o por la riqueza a la que tienen acceso. El sentido del valor **Éxito** está conceptuado como una meta que debe ser alcanzada en la vida, y que involucra la importancia de otros valores como **Visión utilitaria**, que somete la obtención de calificación intelectual y profesional como exigencia del mercado y no como una forma de realización personal; Importancia de la apariencia, ya que la apariencia exterior tiene una significación redoblada, pues funciona como una forma de hacer visible el estatus social del individuo y posibilita la diferencia entre hacer parte de un ciclo social y triunfar o quedarse afuera del sistema.

En esta disposición individual, el trabajo vale como un medio de ganar dinero, de obtener éxito e prestigio social y la dedicación a la empresa roba del empleado horas que podrían ser dedicadas a la familia o al ocio. Éste refleja la categoría de otro valor que también está asociado al **Éxito** que es la opción **Práctica utilitaria**, de nuestra matriz.

Los autores que interpretan los cambios contemporáneos son unánimes en afirmar que se observa una vuelta a los valores tradicionales, al deseo de seguridad y al retorno al ámbito privado, lo que se confunde con la ausencia de certezas del porvenir, provocada por los cambios veloces en el contexto circundante que producen incertidumbre. La **Tradición** es un valor que etimológicamente significa la transmisión, la transferencia de principios, ideales y costumbres que todas las sociedades desarrollan, además de los símbolos que representan su destino y sus experiencias comunes. La tradición es algo que brota de la comunidad y que se transforma en elemento simbólico de su propia supervivencia (DURKHEIM, 1954). Por lo tanto, los elementos tradicionales funcionan como un ancla en el que los individuos contemporáneos se agarren en la búsqueda de algo que dé seguridad y coherencia a sus conductas. Entre los dispositivos de esta visión tradicional están las leyes que orientan y reglamentan la vida social, y el **Respeto a las normas** se destaca, entonces, como un valor que hace parte de un enfoque más integrado con la socialización que los niños reciben en el hogar y en la escuela.

Sobre los valores brasileños, que forman los tres valores restantes que componen la matriz Integrada, además de los estudios de Álvaro Tamayo (1988, 1993 y 1994) cuyos valores utilizamos para componerla, hacemos referencia al de Carlos Alberto Pereira (1986) que estableció la jerarquía de los valores terminales e instrumentales de la escala de Rokeach, con una muestra de 680 individuos. El estudio comprobó que Libertad es el valor más importante entre otros que indican aspectos individualistas, como Autocontrol y Felicidad, y que entre los instrumentales se valora ser Honesto, Responsable y Capaz. Indicó, también, que para los brasileños eran significativos aspectos que indicaban mayor sencillez en las relaciones interpersonales, como ser Alegre y Amoroso (PEREIRA, 1986).

Los valores típicos de la mentalidad brasileña, identificados en el estudio de Tamayo(1994) como los que tuvieron mayor importancia entre los brasileños y que han sido incluidos en la matriz de valores integrados, son los siguientes: **Trabajo** – considerado lo más importante, conceptuado como una forma digna de ganarse la vida; **Vanidad** - preocupación y cuidado con la apariencia -; **Espabilado** – ser ladino para superar obstáculos y conseguir lo que se quiere, y **Soñador** - tener una visión soñadora y romántica ante la realidad y el porvenir (TAMAYO, 1994). La

significación conferida por los individuos que componían la muestra brasileña al **Trabajo** como el valor más importante, lo explicó Tamayo por las condiciones generales en que es ejecutado en Brasil. Supone el investigador que las dificultades de integrarse en el mercado laboral y las condiciones indignas que acompañan su realización llevan los entrevistados a asociarlo a la supervivencia.

La opción **Vanidad** está conceptuada como meta motivacional para alcanzar prestigio y estatus con la finalidad de control y dominio sobre los otros. Puede ser considerado como una actitud narcisista de preservación y exposición del propio cuerpo, como elemento de autoafirmación personal. El cuidado extremo con la apariencia física se destaca en la sociedad brasileña a través de la proliferación de academias de gimnasia, lo que indica que hay una gran preocupación por el cuerpo. Otro dato apunta que el deseo de tener una buena apariencia se extiende a la juventud con la propagación de los cursos de modelo en los grandes centros urbanos brasileños. En estos cursos, los alumnos aprenden a posar y a desfilar para las grandes marcas, lo que parece ser el objetivo más deseado, actualmente, por la mayoría de los adolescentes de todas las clases sociales, como forma de ejercitarse su vanidad o de obtener éxito en la vida, principalmente después del gran éxito mundial obtenido por la modelo brasileña Gisele Bundchen.

Cuanto ao valor **Ser Espabilado**, se caracteriza como un valor cultural que hace que los brasileños, debido a los problemas que son parte integrante de su realidad cotidiana, lo utilicen como estrategia de supervivencia para buscar salidas a estas dificultades. En el estudio de Tamayo (1994) los cuatro valores postulados como peculiares de la cultura brasileña, ocuparon posiciones en la jerarquía axiológica significativamente más importantes que la de otros que componen comportamientos deseados socialmente y tradicionalmente aceptados por la sociedad en general. Los tres primeros valores han sido agregados al patrón definido en nuestro estudio, pues los relacionaron los profesores que participaron en el sondeo que realizamos antes de la definición de las categorías. Esto no ha ocurrido con el valor **Soñador**, fuera de nuestro análisis, al no haber sido citado por los entrevistados.

**Matriz Innovadora** – las opciones definidas en esta matriz se han construido con base en las ideas que componen el perfil del ser humano postmoderno, que presenta una disposición ilimitada por las novedades, el ansia por vivir la vida de un tirón, como si fuera una fiesta, disfrutando del placer en libertad absoluta. En esta versión se identifica las ideas que forman el estilo *hippie* de conectarse con la realidad cotidiana, una alegre anarquía que rechaza las leyes y que descarta el mínimo control sobre las acciones humanas. La matriz se compone de doce dimensiones: **Apertura a lo nuevo, Importancia de la esencia, Libertad ilimitada, Vivir al día, Fidelidad, Idealismo profesional, Compañerismo, Inmediatez, Superficialidad, Transitoriedad, Localismo y Disfrutar de la vida.** Estas opciones indican dos aspectos fundamentales de una visión particular que se reconoce en la juventud actual:

- a)la presencia de los aspectos que componen la perspectiva postmoderna de la vida, en la que predomina el individualismo – hedonista, la flexibilidad ilimitada y una relativa desesperanza con el porvenir, que corresponde a los valores **Libertad ilimitada, Apertura al nuevo, Inmediatez, Vivir al día, Superficialidad, Transitoriedad y Disfrutar de la vida.**

Una de las características de la personalidad predominante en la Postmodernidad es la disponibilidad ilimitada para los cambios, que exige que todo ocurra inmediatamente, pues la vida es breve. La inestabilidad que envuelve la vida contemporánea hace cambiar las identidades, proceso explicado por Helena Béjar (1988) al hablar de las personalidades flexibles y mutantes, adaptadas a las circunstancias transitorias, que dan paso a la prioridad en los individuos de las opciones de valores **Inmediatez, Vivir al día y Transitoriedad.**

Según Maffesoli (1996), éste sucede porque el momento fundador de la nueva forma de relación es particularmente intimista, ya que la intimidad guarda barreras en esta solidaridad transitoria, pero las efusiones de sentimientos también ocupan un lugar importante en las “corporaciones del futuro”. A través de encuentros, situaciones y experiencias en el seno del grupo de amistades (el estar juntos sin ocupaciones o sin responsabilidades) el individuo vive el sentido de pertenencia, indispensable para su estabilidad emocional y afectiva.

Estas relaciones tienen su metáfora en la red de Internet, en la que se conectan los usuarios anónimos que establecen relaciones efímeras y casuales que pueden, sin embargo, producir la ilusión de presencia y afectividad entre personas solitarias en busca de una compañía o una relación sentimental. Estas redes crean “cadenas de amistad” que según el modelo formal de las redes analizadas por la sociología norteamericana, permiten una multiplicación de las relaciones únicamente mediante el juego de hilos que se van ampliando socialmente: tal persona me presenta a tal otra, que a su vez conoce a otra, etcétera”(MAFFESOLI,1990:58-59).

La metáfora de las “cadenas de amistad” es suficiente y esclarecedora para entender el valor **Superficialidad** de las relaciones, una característica del ser humano contemporáneo, empeñado en preservar su individualidad. La red de contactos personales creada en los ambientes postmodernos define entre los individuos relaciones superficiales, principalmente las románticas, con la intención de preservar la individualidad de los que se involucran en los contactos sociales, encuentros en los que la interacción está menos presente, y en los que la mera presencia física no es suficiente para suplir las necesidades humanas de afecto y de solidaridad. Las conexiones personales efímeras o digitales preservan la libertad individual ya que inducen a contactos no permanentes.

Otros dos valores tienen relación entre sí e indican una característica de la juventud brasileña actual: la libertad sin límites de que disfrutan, en la que está incluida en la disponibilidad del probar de todo, incluso de cosas que implican en peligro para uno, como los deportes de riesgo y las drogas (**Libertad ilimitada**). Dicho de otro modo, se sedimenta esta actitud como la de poder hacer “lo que le venga a uno en gana”, sin respeto por las normas y desafiando el sistema jurídico-institucional que a su vez, al permitir la impunidad de una clase privilegiada, provoca la deslegitimación de las leyes.

En esta libertad sin frenos se inscribe el hedonismo, un ansia del placer que maximiza la importancia del **Disfrutar de la vida**. El comportamiento sexual en los tiempos actuales es más libre, se aleja de las normas rígidas que determinaban en las sociedades tradicionales la reproducción como forma de garantizar la

continuidad del núcleo familiar. Todas las culturas son multidimensionales y el cambio puede producir en las normas sexuales una adaptación a las condiciones presentes en la sociedad.

- b)valores centrados en ideales más sencillos, relacionados con la visión Redentora que describimos en apartados anteriores en este capítulo (**Compañerismo, Localismo, Idealismo Profesional, Importancia de la esencia y Fidelidad**).

La complejidad de la vida contemporánea, en la que se han producido cambios en la presencia de segmentos sociales antes relegados a la invisibilidad, define una multiplicidad de papeles sociales para los individuos, nuevas formas de competencias que comportan en consecuencia una gama nueva de trabajos, de responsabilidades y de relaciones sociales. En el mundo profesional y productivo no se observan diferencias ni referente a los sentimientos o a la división de tareas por sexo, abriendose, así, un abanico de opciones sentimentales, profesionales y sexuales que proliferan y que reestructuran los roles en la familia, en la empresa y en otros ámbitos de la vida social. El trabajo, para los individuos que contactan con esta nueva realidad, principalmente para las hembras, asume un papel importante en su vida, correspondiendo no sólo a un medio de supervivencia mas a un instrumento de liberación y auto determinación económica, como un medio de realización personal. La perspectiva subjetiva de posicionarse ante el trabajo, indica la presencia del valor Idealismo profesional que está incluido en la matriz Innovadora.

La visión *ecológica* que se sitúa como peculiar al ser humano actual, produce la importancia de valores relacionados a una dimensión local, disociada de la gran apertura producida por la globalización. Los individuos realizan un viaje de retorno a su contexto circundante, revalorizando sus componentes significativos y familiares. Este es el indicativo del valor **Localismo**, dimensionado por la *proxemía*, es decir, sentido en el que prevalece la importancia de lo local sobre lo global, y funda una nueva ética que parece generar en las personas un particular sentimiento de pertenecer a un lugar, una tierra, una patria, que se revela a través de los contenidos culturales, de las formas de hacer y de hablar de las cosas cotidianas y simples.

El valor Compañerismo se asienta en la presencia de esta nueva *socialidad* de la Postmodernidad en la que la importancia de la familia asume una dimensión menor a la que tenía en la época anterior. La vida laboral se realiza fuera del hogar y la educación de los hijos acontece cada día más fuera de la familia. En la visión de Maffesoli (1990), el concepto de familia no desaparece, pero se amplía a otras relaciones. La necesidad de mantener una referencia, de sentirse parte de un grupo no ha desaparecido en medio del individualismo – hedonista. Asistimos a lo que el autor llama “sociedad electiva”, en la que se pone de relieve el aspecto afectivo o “afectual” que se establece entre los miembros de los grupos de relación y no lo que tradicionalmente se impone en las relaciones familiares.

En el caso brasileño, en el que los individuos no tienen la seguridad de contar con el poder político, por las condiciones de la economía o por las dificultades de conseguir empleo, las energías y el tiempo libre son canalizados hacia el ocio y el placer. Esta es una estrategia de supervivencia utilizada espontáneamente por la gente y divulgada intencionalmente por los medios simbólicos que la transforman en ideología. Como la sociedad no consigue fornecer “el pan” a la población, estimula “el circo” como forma de mantener una alienante postura en las masas, a través del sexo, de la diversión popular (Carnaval, fútbol, televisión), haciéndola olvidar los problemas cotidianos.

En este contexto de dualidades opuestas, en que se necesita supervivir a todo coste, son muy frecuentes las concesiones que el ser humano es llevado a hacer, renunciando algunas veces a sus convicciones, comportándose de una forma antagónica con sus principios morales para obtener alguna ventaja o sencillamente lograr una cierta seguridad, mismo a costa de violentar sus principios. Es en situaciones como estas que se propone el valor **Fidelidad**, definido como ser fiel a las propias ideas y convicciones y a las relaciones afectivas con las personas.

El perfil más aproximado que se puede apuntar de un individuo que atribuya importancia a los valores de la *matriz innovadora*, es el de una personalidad que admite la ruptura de los compromisos formales, de los lazos familiares y sociales tradicionales, y que asume el desbordamiento del “vivir al día”. Junto a este rechazo a los vínculos impuestos, este individuo construye una indiferencia frente a la

acumulación de riquezas y niega que la obtención de la felicidad esté en la adquisición de bienes materiales (los valores del consumismo). Como los deseos son la justificación para las acciones, “en la ‘geometría de las pasiones’ (...) sale a la luz la ‘personalidad deseante’(...) incontinente en cuanto se basta con sus propios deseos, versátil en la renovación de su identidad, hábil en la elección de las afiliaciones, pero libre de ataduras” (BODEI, 1995:31).

**CAPÍTULO II**

**CONSIDERACIONES EN TORNO DE LA CULTURA**

**MUSICAL BRASILEÑA**

En este capítulo abordaremos de forma esquemática la cultura brasileña, iniciando un recorrido a través de su música popular. La música es un elemento que contiene los rasgos característicos de nuestro universo cultural, en tal medida, que los múltiples matices que la componen traducen una pluralidad de formas que se armonizan en una unidad reconocida internacionalmente como la cultura brasileña.

Para ello, vamos a centrarnos especialmente en las características de los variados movimientos musicales que surgen a través de la formación de una cultura original, con el propósito de elegir referencias que hagan más comprensible al lector el objeto de este estudio: un fenómeno musical de actualidad que nace como expresión de una región culturalmente definida y que se convierte en un ícono de la música brasileña: el movimiento *Manguebeat*.

Esperamos que las ideas contenidas en este capítulo puedan aportar claves para entender las circunstancias contextuales de la formación de la música popular brasileña, en cuya creación participan los jóvenes. Los elementos que plantearemos tienen la intención de orientar al lector sobre las circunstancias de la historia de los movimientos musicales y su relación con los jóvenes, lo cual permitirá una mejor comprensión del tema.

Para alcanzar el propósito señalado, haremos un breve recorrido a través de los elementos culturales que han contribuido al nacimiento de la cultura brasileña, teniendo en cuenta desde ahora que ésta será una labor incompleta, dada la gran complejidad del tema y que sería necesario más espacio para poder desarrollarlo plenamente.

Empezaremos por aclarar cómo definimos aquí el concepto de cultura, ya que se trata de un término clave en las consideraciones que haremos de la realidad cultural brasileña, y explicaremos la visión de algunos autores, fuentes a las que hemos recurrido como marco teórico de referencia en nuestro estudio.

El concepto de cultura será tratado aquí como un elemento que matiza los procesos sociales fundamentales en la formación de la conciencia individual, que contiene un significativo sentido de mediación entre el medioambiente y las personas, pues emite señales de referencias concretas, emocionales y psicológicas, indispensables al individuo para su inserción en el contexto social.

Aunque el término cultura aporte varios significados y esté conceptualizado por distintas teorías, en este trabajo vamos a utilizarlo como elemento de la praxis humana, es decir, como actos culturales vividos en lo cotidiano, como ejercicios artísticos e intelectuales, como acciones sociales comunes y corrientes. Esta concepción se aleja de la visión antropológica, que entiende la cultura como un intento de adaptación humana, en la que los sujetos sociales tienen una postura de aceptación pasiva de la realidad, lo que redunda en un obstáculo para su crecimiento y para el desarrollo pleno de su creatividad. Se puede decir que “la cultura es sinónimo de existencia específicamente humana, es un temerario intento de libertad, por la necesidad que tiene el ser humano de expresión y de creación” (BAUMAN, 1990:52)

El enfoque de la cultura entendida como praxis se materializa en la obra de Gramsci (1975) a través de la dialéctica entre la conciencia y la realidad material, que se produce en la relación entre los agentes sociales presentes en el proceso de hegemonía. En esta noción se funden tanto las definiciones de la producción cultural - como cultura erudita -, como las prácticas cotidianas del pueblo - el saber pragmático -, representado por las creencias, el folclore, las manifestaciones artísticas artesanales - estudiadas por los antropólogos como cultura popular.

Estas manifestaciones son actos vividos que contienen a su vez todo un sistema de significados, de símbolos que son el reflejo de la totalidad de la realidad,. Esta es traducida en actividades que los individuos desarrollan en un determinado contexto social, como son los modos de vestir, las costumbres matrimoniales y la vida familiar, los ritos religiosos, sus formas de ocio, sus modelos de trabajo, su producción intelectual y el cuerpo de elementos subjetivos y míticos con los que componen relaciones con el mundo. Los hábitos culturales, a su vez, representan la materialización y la exteriorización de actitudes construidas como

resultado de la legitimidad de la negociación y del consenso que tiene lugar en el seno de la praxis social (WILLIAMS, 1976).

Es en el interior del tejido social, conformado por la estratificación, donde se definen las relaciones de poder y la naturaleza de los cambios sociales. En este ambiente se recurre al concepto de hegemonía para explicar las posiciones que asumen la cultura erudita de los estratos sociales ilustrados – la clase dominante – y la “filosofía espontánea de las masas populares” – los sectores sociales dominados – relación que constituye, según la concepción de Antonio Gramsci (1975), un elemento indispensable para pensar la cultura. El patrón de expresiones culturales irradiados, característico de la clase dominante, sería justificado por la hegemonía y sancionado por las instituciones como cultura nacional. <sup>26</sup>

En las sociedades occidentales, esas formas reflejan los rasgos de un patrón cultural que se expande a todas las naciones, y que pretende ser hegemónico. Es denominado de cultura global, y está cada vez más presente en la vida cotidiana de las sociedades y se transmite a través del consumo de bienes materiales y simbólicos, actuando de variadas formas como modificador de expresiones culturales locales y nacionales. Esta perspectiva contemporánea puede redefinir la cultura y pasa por la aceptación de la interculturalidad es un hecho presente en el contexto actual y que las formas nacionales se definen por su posición en relación con otras culturas com las que conviven, mucho más por su uso que por su origen.

Esta perspectiva denota que la redefinición de la cultura pasa por la aceptación de que la interculturalidad es un hecho presente en el contexto actual y que las formas nacionales se definen por su posición en relación con otras culturas con las que conviven, mucho más por su uso que por su origen.

Tomamos la definición de Teresa Velásquez (1996), para aclarar el concepto de interculturalidad que nos aporta una clave para la convivencia armoniosa entre culturas diferentes. “La interculturalidad es una forma de diálogo entre culturas. El prefijo inter significa ‘entre o en medio’ o ‘entre varios’, intercultural debiera

---

<sup>26</sup> <sup>26</sup> En este trabajo, cuando hablamos de *cultura nacional* hacemos referencia a todas las formas de manifestaciones artísticas y literarias que son producidas y divulgadas como propias de una nación y, además de esas formas, las costumbres, creencias y prácticas culturales que también caracterizan una nación. Sobre el tema, ver JACKS, 1995 y ORTIZ, 1994b y 1994a..

querer significar ‘cada una de las culturas que toman parte en el diálogo’ o también, ‘una cultura entre varias y actitud y predisposición a dialogar’. Partiendo de la aceptación de las alteridades del otro llegamos a tener conciencia del yo, “a partir del reflejo de la mirada y del espejo”. <sup>27</sup>

Siguiendo esta línea de argumentación, podemos compartir la visión de García Canclini (2000) sobre Latinoamérica, que coincide con la anterior de Stuart Hall (1981a) en la que analiza el caso de la sociedad inglesa y afirma que en el contexto de la interculturalidad que se observa entre las naciones, las alteridades interculturales no pasan de différences, pues ningún grupo étnico y cultural permanece dentro de sus límites, fronteras cambiantes e invisibles cruzadas cotidianamente por todos.

Considerando estas realidades, García Canclini (2000) reconoce que los rasgos específicos de las culturas permanecen anclados en el imaginario social e individual por la reproducción en la praxis cotidiana, y que las alteridades pueden ser útiles para investigar y entender manifestaciones culturales localizadas. Confirma la importancia imaginario para pensar la cultura que, sumada a la vivencia, permite entender y aceptar los procesos que representan e instituyen lo social. Aunque los cambios globalizadores han modificado la manera de concebir la cultura, observa lo que ocurre en los años sesenta y ochenta de este siglo, tomando como ejemplo a los estudios socio semióticos y a otras visiones teóricas como la antropología, la sociología y otras disciplinas, que establecieron que la cultura designaba los procesos de producción, circulación y consumo de la significación en la vida social. Para el:

“lo cultural abarca el conjunto de procesos a través de los cuales representamos e instituimos imaginariamente lo social, concebimos y gestionamos las relaciones con los otros, o sea, las diferencias, ordenamos su dispersión y su incommensurabilidad mediante una delimitación que fluctúa entre el orden que hace posible el funcionamiento de la sociedad (local y global) y los actores que la abren a lo posible” (GARCÍA CANCLINE, 2000:62-63).

---

<sup>27</sup> Conferencia presentada por Teresa Velásquez en el Congreso de ALAIC, Caracas, 1996, referente al proyecto de investigación titulado “La identificación de los conflictos interculturales: Magreb, en la prensa de élite. Citaciones de la página 2.

Aceptando que la cultura se redefine hoy en un proceso de hibridación provocado por la convivencia de formas culturales distintas propiciadas por la globalización (conforme discutimos en el capítulo anterior), reafirmamos la primacía de lo imaginario que delimita las prácticas sociales y concluimos que la cultura es la forma de ver y sentir la realidad cotidiana, el conjunto de creencias que moldean actitudes sociales, que son articuladas por medio de prácticas comunes con las que los individuos conforman su visión del mundo y sus relaciones con los otros. Las manifestaciones artísticas e intelectuales – la música, el teatro, la literatura, entre otras - expresadas por los modelos mentales formadores de la conciencia, individual y social - son consecuencias pragmáticas de esos patrones culturales y, por lo tanto, son parte integrante de la definición de cultura que hemos elegido en nuestra propuesta.

## **2.1. LA FORMACIÓN DE LA CULTURA MUSICAL**

Brasil es una nación que ha recibido valiosas contribuciones de muchas fuentes culturales, como consecuencia de las circunstancias y características propias de su colonización. A propósito de la formación del pueblo brasileño, el antropólogo Darcy Ribeiro discutió el sentido de la nacionalidad que se construyó durante la colonización por la vía del mestizaje y de la harmonización de las alteridades. Dijo el autor que “el surgimiento de una etnia brasileña, inclusiva, que pueda involucrar y acoger a gente variada, pasa por la anulación de las identidades étnicas de nativos, africanos y europeos, y por la alteridad de varias formas de mestizaje, como los mulatos (negros con blancos), caboclos (blancos con nativos) o curibocas (negros con nativos) Sólo por este camino llegan a ser una única persona, que se reconoce como igual en alguna cosa tan sustancial que anula sus diferencias y los oponen a las demás personas. Dentro de un grupo, cada miembro, como persona, permanece inconfundible, pero pasa a incluir su pertenencia a cierta identidad colectiva” (RIBEIRO, 1998:133).

A lo largo de la historia brasileña son tres las contribuciones étnicas consideradas como fuentes primarias constructoras de la tradición cultural nacional: los habitantes nativos, los negros africanos que fueron sometidos a un régimen de explotación esclavista y los colonizadores blancos portugueses. Estos

últimos nos legaron el patrón de la cultura occidental judeocristiana, pero la primitiva sociedad indígena y la exuberante cultura africana contribuyeron con igual importancia a la formación de lo que hoy día se conoce como la identidad brasileña.

En tiempos no tan lejanos, la inmigración aportó otras formas culturales. Sus creencias, sus costumbres y visiones del mundo plurales se sumaron a nuestra formación cultural, creando una mezcla fecunda y rara. Estas contribuciones étnico culturales oriundas de diferentes continentes se mezclaron con relativa homogeneidad, y hoy podemos afirmar que se fundieron en una síntesis que resultó un verdadero mosaico de alteridades interactivas.

A pesar su gran extensión territorial, Brasil tiene sus regiones bien delimitadas. Éstas, por su clima y características geográficas tan diversas, dieron lugar a formas de explotación económica en diferentes niveles de desarrollo. Uno de los factores históricos que también influyó en la génesis de esas diferencias fue la forma de ocupación del territorio, que definió la clase de producción económica así como la mano de obra necesaria. Los contingentes humanos extranjeros que colonizaron las diferentes regiones de Brasil, transplantaron las peculiaridades de su cultura nativa, y hoy están presentes en los rasgos predominantes de las manifestaciones tradicionales de las culturas regionales. Estas regiones geográficas con características económicas específicas y distintas, también pueden ser consideradas regiones culturales distintas, como descubriremos a continuación. Respecto a la importancia de los inmigrantes en nuestra sociedad, Glauco Soares afirma que “esos inmigrantes representaban, por sí solos, una fuente de considerables cambios sociales, hecho que condujo el país hacia un proceso de industrialización más acelerado” (SOARES, 1984:57).

A principios del siglo XVI, la forma de ocupación inicial del nuevo territorio, que en la región Nordeste se tradujo por la explotación esclavista del cultivo de la caña de azúcar, aportó una fuerte influencia de los ingredientes culturales africanos e indígenas que se reflejarían en su cultura popular, principalmente en las manifestaciones musicales. La producción de la caña de azúcar en los estados del noreste, -como Ceará, Bahia y principalmente Pernambuco, - definió un tipo de sociedad tradicional muy semejante al sistema feudal, en el que predominaba una

estratificación social con características de castas: en el vértice de la pirámide estaban los terratenientes y en la base los esclavos.

La inexistencia de una flexibilidad en la estructura impedía la movilidad social y la formación de una clase media incipiente: “La estructura social de la Colonia en el primer siglo y medio de la colonización, es extremadamente simple. Se reduce en suma a dos clases: por un lado los propietarios rurales, la clase rica de los señores de las plantaciones azucareras y de las haciendas; por el otro, la masa explotada de la población, campesinos, esclavos y similares. De la simplicidad de la infraestructura económica - la tierra, única fuerza productiva, utilizada por la gran explotación agrícola - derivan las características de la estructura social: la reducida clase propietaria y la gran masa que trabaja y produce, explotada y oprimida” (PRADO JÚNIOR, 1988:28-29).

Los dos polos sociales que componían la sociedad rural de los *engenhos*<sup>28</sup> destacan como expresiones variantes de una cultura naciente, formada por los parámetros dominantes de la civilización occidental europea. “Aunque representaran, de hecho, dos formas opuestas en el plano social, por el antagonismo esencial de sus intereses de clase, también eran dos elementos mutuamente complementarios en la desigualdad característica de una formación colonial esclavista” (RIBEIRO, 1998:278).

En cambio, en las provincias de las regiones del Sudeste (São Paulo y Rio de Janeiro) y del Sur (Rio Grande do Sul y Paraná), la colonización asume un perfil diferenciado, pues atrajeron a los extranjeros (europeos y orientales, principalmente chinos y japoneses) dado su clima más templado. En la época de las grandes migraciones, que coinciden con el período del Imperio (de 1822 a 1889) y con parte de la República (de 1889 a principios del siglo XX), la ciudad de Rio de Janeiro, entonces la capital de la Colonia, ya contaba con una incipiente urbanización y era el centro político del país.

Debido a esas características de modernidad conferidas por las inversiones comerciales e industriales que empezaban a surgir en esas regiones, a las que contribuía la mano de obra representada por la corriente migratoria de los países

---

<sup>28</sup> Los *Engenhos* son plantaciones azucareras, unidades básicas agrícolas de producción de la caña de azúcar.

europeos, la estructura social local tenía una estratificación más compleja. Dentro de este escenario socioeconómico de naturaleza menos tradicional, era más fácil hacerse rico u obtener un buen trabajo, dada las infinitas ofertas de empleo de una sociedad comercial expansiva (RIBEIRO, 1980).

Por lo tanto, las migraciones en Brasil, de acuerdo con su localización, dotaron a las diferentes regiones del país de marcas culturales particulares, lo cual se refleja en su variedad de costumbres. En una época en que la cultura brasileña todavía no estaba definida, las ideas políticas y la visión del mundo, principalmente las europeas, adquieren gran importancia para orientar los parámetros de la mentalidad nacional. Asimismo, generaron activas y sorprendentes combinaciones étnicas, que son reflejo de interpretaciones sincréticas de una mezcla de combinaciones étnicas y culturales.

En este sentido cabe mencionar el intento de Massimo Canevacci (1996) de estudiar y definir los mestizajes presentes en la sociedad brasileña. A través del examen de las etnias detectadas en la población brasileña, Canevacci se encontró con la imposibilidad de distinguir y elaborar taxonomías, dada la pluralidad y complejidad de las mezclas encontradas.

“Al final de mi pequeña investigación, los resultados indicaron que cada persona era una micro etnia. ¿Cómo definir el resultado de dos padres, uno hijo de inmigrantes japoneses (la etnia más endogámica) y otro de italianos con libaneses?” (CANEVACCI, 1996:18).

Aunque se observa en la formación de la etnia brasileña una sorprendente riqueza de contribuciones culturales, en la actualidad hay una integración de diversidades de costumbres, de religión y de lenguaje que configuran una cultura única, un mosaico compuesto de piezas diferentes integradas a una sólo unidad: la cultura brasileña. Ésta asume diferencias de forma, en las regiones del inmenso territorio nacional, por la creatividad y la multiplicidad de expresiones locales, aunque también mantiene rasgos generales comunes: un único idioma, la pasión por el Carnaval y el fútbol, y una manera informal de relacionarse socialmente. A continuación examinaremos las diferencias de estas manifestaciones culturales, principalmente las musicales, en las distintas regiones del país.

Las manifestaciones culturales brasileñas en las artes, en la literatura y en otras clases de creaciones culturales fueron inexistentes en los primeros tiempos de la colonización y durante muchas fases de nuestra historia colonial. Permanecieron como formas transplantadas, sin características originales, monopolizadas por una élite económica y social que sólo consideraba como cultura las expresiones de la cultura europea. El antropólogo Roberto Schwarz denominó este hecho “nacional por sustracción”, pues las tentativas que debían producir autenticidad cultural redundaban en “experiencias de carácter postizo, no auténtico, limitado y distante de la vida cultural que vivimos” (SCHWARZ, 1997:93).

Como es sabido, durante el período inicial de la colonización, la Iglesia detentaba el monopolio de la erudición y los padres jesuitas eran los únicos diseminadores de la cultura culta, ya que la mayoría de los colonos no sabía leer ni escribir. Las élites políticas y económicas constituyan un número reducido de personas, formadas por pequeños comerciantes y aventureros cuyas preocupaciones fundamentales eran más mercantiles que culturales. La Compañía de Jesús fundó los primeros locales de enseñanza en São Paulo de Piratininga, en los que catequizaban a los nativos, les enseñaban el idioma portugués y los valores cristianos. Más tarde, fueron creados colegios para formar a los hijos de la clase dominante local. Podemos decir que la educación que recibían era de erudición confesional, plasmada en un elitismo anacrónico a la moda portuguesa, que nada tenía que ver con la realidad que se vivía en la Colonia (SODRÉ, 1975)

Con la transferencia de la Corte portuguesa a Brasil, provocada por la invasión napoleónica de las tierras de Portugal, aumentó la importancia política de la estructura colonial en el ámbito social, y los brasileños entraron en contacto con los intelectuales que acompañaban a la familia real en su exilio. Esto contribuyó sobremodo a cambiar los hábitos culturales de la élite colonial.

La transferencia de la Corte aportó el rasgo político de extender a las tierras portuguesas de América el poder político luso, usurpado por las fuerzas francesas. En el establecimiento de la estructura estatal fueron creados institutos públicos e instituciones culturales nuevas, como la Imprenta Real, en 1808, que lanzó el primer periódico brasileño e imprimió los primeros libros. Sin embargo, en virtud de

la Inquisición, las publicaciones eran un monopolio del Estado que censuraba todo material impreso importado así como la posesión personal de libros (SODRÉ, 1966).

La ascensión de la Colonia a sede del Gobierno portugués definió un nuevo marco en la estructura de la producción de las letras y de las artes brasileñas. Este hecho se volvió más significativo después de la emancipación de Brasil del dominio portugués, en 1822, año en el que nació el Imperio Brasileño. Principalmente en el Segundo Imperio, el Emperador Don Pedro II, un intelectual, estimuló la producción artística y literaria nativa, aunque la clase culta continuó copiando las obras clásicas europeas, manteniendo la extensión cultural.

Posteriormente, continuando con la modernización de la estructura política brasileña bajo la República, la cultura seguía siendo una actividad de élite que conservaba un carácter aristocrático, ornamental, privilegio de una clase de poder adquisitivo alto, cuya práctica confería prestigio social semejante al que otorga el nacimiento (la nobleza de sangre). En las haciendas y en los caserones urbanos, era común la práctica de hábitos cultos, como el uso de instrumentos musicales. Esas prácticas estaban vedadas a la población que a su vez, reproducía las manifestaciones populares, en cuyo seno brotarían formas culturales más en acuerdo con la realidad social y cultural brasileñas (SCHWARZ, 1997).

Renato Ortiz (1994), conjeturando sobre los hábitos culturales de la clase alta de la sociedad brasileña de ese período, explica que estos hábitos sociales eran vistos como “copias” de procedimientos europeos, principalmente franceses. Añade que varios autores ya los habían interpretado, a la luz de factores deterministas tales como la raza y el medio ambiente, o por el “parasitismo” de la colonización que, según ellos, había dejado huellas en los patrones de los valores brasileños.<sup>29</sup> No obstante, a partir de una visión histórica y sociológica, Ortiz considera que esas ideas divulgadas por los intelectuales de la época iban seguramente a convertirse en una ideología legitimadora del poder del Estado y de determinadas clases de élite.

---

<sup>29</sup> Son varias las primeras teorías que explican la formación de la nacionalidad brasileña, la mayoría de ellas racistas y basadas en el Positivismo, idea filosófica muy de moda en la Europa de entonces. Podemos citar como ejemplo, las ideas de RODRÍGUEZ, Nina, 1942, de ROMERO, Silvio, 1954, de FREYRE, Gilberto, 1943 y 1947, y BONFIM, Manuel, *América Latina: males de origen*, Rio de Janeiro, Editoa A Noite, citado en ORTIZ, Renato, 1994a, (22-27).

"La cuestión de raza y el lenguaje a través del cual se aprehende la realidad social, refleja la presión de la construcción de un Estado nacional que todavía no se consolidó. En ese sentido, las teorías 'importadas' tienen una función legitimadora y cognoscible de la realidad. Por un lado justifican las condiciones reales de una República que se implanta como una nueva forma de organización políticoeconómica, por el otro posibilitan el conocimiento nacional proyectando para el futuro la construcción de un Estado brasileño" (ORTIZ, 1994a:30-31).

El carácter elitista de esta cultura reveló un enorme contraste "entre una minoría de letrados y eruditos, y la enorme masa de analfabetos", y el acceso a los conocimientos se convirtió en un instrumento de desigualdad social (AZEVEDO, 1943). La élite menospreciaba la cultura popular pues era el arte de un pueblo analfabeto y mestizo. Aunque eran repudiadas, estas formas artísticas sobrevivían como verdadera cultura nacional, auténtica y exótica, apesar de no ser reconocida socialmente.

Sobre el tema, Mônica Pimenta Velloso (1982) habla sobre la postura elitista de la élite carioca, que su aspiración era reproducir la "belle époque" francesa, y que la excesiva valorización del modelo civilizatorio parisino es concomitante al desprecio de nuestras tradiciones. La adopción de la filosofía liberal, muy en boga en ese momento en los países más desarrollados, reflejaba el deseo de la mencionada élite de acercarse a lo europeo.

Sin embargo, ésta era "una visión fuera de lugar por la presencia de la esclavitud que la descalificaba de inmediato" (SCHWARZ, 1997:95). La adhesión de la clase alta al liberalismo era un mero acto de petulancia con el que pretendía dar una imagen moderna, aunque la práctica de la esclavitud mostrara su cara más retrógrada con relación a los otros países.

Los intelectuales de la época, lamentando la ausencia de una producción local creativa, afirmaban que: "en consecuencia, literatura y política tenían una posición exótica y no éramos capaces de crear algo propio, que saliera del fondo de nuestra vida e historia" (SCHWARZ, 1997:103). Ismail Xavier (1978) descubre esta misma actitud entre los intelectuales brasileños al estudiar el cine en las primeras décadas del siglo XX. Para la burguesía que deseaba hacer parte de la élite

ilustrada, orgullosa de su condición cultural que contrastaba con la ignorancia de la mayoría de la población, el arte y la industria eran dos palabras serias para serían cultivadas, pues representaban prestigio.

“La colocación del cine bajo estas etiquetas no dejaba de ser conveniente a los practicantes de la cultura ornamental: reverenciadores de la tradición clásica, devotos del belletrismo como forma de elegancia y distinción social, fascinados por las costumbres civilizadas” (XAVIER, 1978:124).

En la segunda década del siglo XX, algunos intelectuales intentaron crear arte y literatura genuinamente nacionales, rechazando las copias de la cultura occidental que habían configurado una efectiva subordinación cultural. Cuando Oswaldo de Andrade criticó la producción intelectual tupiniquim,<sup>30</sup> en los años veinte, intentó hacer una interpretación triunfalista de nuestro retraso y lanzó las bases del movimiento Modernista. Éste vio la luz con el Manifiesto Modernista de 1922, denominado “Manifiesto Antropófago Modernista de Oswald de Andrade” (ANDRADE, 1978), y fue considerado como la primera reacción de la intelectualidad brasileña a favor de una cultura nacional, ya que propuso, de forma irreverente y sin sentido de inferioridad, “devorar” las copias y “vomitar” obras más auténticas (BOSI, 1999). Hay que señalar que el movimiento Modernista brasileño, divulgado en la Semana Modernista de 1922, se inspiró en los moldes del movimiento homónimo surgido en Europa en el siglo XIX, abriendo paso a la revolución burguesa (¿o provocándola?), y que en Brasil, inicialmente, no tuvo gran repercusión (JARDIM, 1985).

En referencia a este tema, Nelson Werneck Sodré (1970) afirma que el Modernismo, en lo que se refiere a las artes plásticas, reflejó particularmente la mezcla de estas influencias externas, generadas por condiciones diversas e influencias internas, que empezaron a imponerse y pasaron a predominar, en la forma y en las técnicas, así como en los motivos y en los temas.

---

<sup>30</sup> Tiene el significado de “brasileño” y hace referencia a una tribu indígena, los Tupiniquins, una de las más importantes cuando se descubrió Brasil. Así nace el término que designa algo específicamente brasileño.

La producción artística de estos intelectuales, aunque haya representado un marco histórico para nuestra cultura, no repercutió inicialmente en la modernización de la estructura de la sociedad brasileña, dominada en ese momento por las élites rurales que mantenían su mentalidad conservadora y arcaica. Por ello, el estrato social dominante no concedió mayor importancia al movimiento ni a sus artistas, y llegó a desestimar incluso el arte de Anita Mafaldi y de Tarsila do Amaral, tal vez por el hecho de ser mujeres, algo que ocurrió en menores proporciones con Volpi, Lasar Segall, Portinari y Guignard. A Villa Lobos, músico más tarde consagrado en el exterior por la calidad de su música, también se le infligió el mismo desprecio inicial. Así, la actitud modernista de los años veinte en Brasil se redujo a la genialidad de unos pocos que preconizaron cambios que sólo habrían de consolidarse en los años posteriores.<sup>31</sup>

## 2.2. INDUSTRIA CULTURAL Y CULTURA BRASILEÑA

Cuando se habla de cultura es importante resaltar el consumo de los productos culturales, ya que tomamos el concepto de cultura como elemento de la práctica cotidiana. Así, es fundamental situar a lo largo de la historia de qué manera se difundían los objetos culturales en la sociedad brasileña, por la vía de la industria cultural. Analizaremos la actuación de los principales instrumentos de divulgación cultural, como la radio, el libro, la televisión y la música, y su consolidación en el mercado brasileño.

El desarrollo del capitalismo es un factor de ampliación de mercado y de nivel de consumo para las poblaciones de todo el mundo, que ha provocado el surgimiento de la “sociedad de masas”. Para que se alcancen los resultados económicos previstos, se deben crear nuevas necesidades de consumo en el mercado y producir otras formas de control sobre el consumidor, como homogeneizar sus preferencias y sus comportamientos. Por ello, el sistema

---

<sup>31</sup> Aunque no participó en la Semana de 1922, Tarsila do Amaral se convirtió en una artista fundamental para el Movimiento Modernista Brasileño. Utiliza colores puros y formas definidas en su pintura, estiliza geométricamente frutas y plantas tropicales, con un estilo muy cercano al cubismo. Un buen ejemplo es el cuadro *"Mamoeiro"*. A partir de los años 30, Tarsila se interesa también por el proletariado y por los temas sociales, momento en que su pintura adquiere colores más oscuros y tristes, como en la obra *"Os Operários"* (JARDIM, 1985, Apud.). Ver también sobre el tema AMARAL, Aracy, 1998.

capitalista utiliza la publicidad cuyos discursos para atraer al público y conquistarlo son divulgados a través de los medios de comunicación de masas.

En esta perspectiva, los productos culturales sufren una metamorfosis y pasan de bienes simbólicos al estatus de mercancías que pueden venderse y comprarse en el mercado. Esta postura característica de la sociedad de consumo de masas da pie a que la industria cultural analice las producciones de cultura como artículos que tienen valor por los intereses económicos que generan y no precisamente por sus calidades artísticas. Como consecuencia de esta mentalidad empresarial impuesta al arte y a otras formas de expresión del pensamiento, ocurre una inversión en la actitud del consumidor que comienza a formar sus gustos mediante la publicidad y la orientación de la crítica cultural.

En referencia al tema, Renato Ortiz (1995) comenta que el espíritu capitalista y racional penetra de esa forma en la esfera cultural y organiza la producción en los mismos moldes empresariales de las industrias. Un ejemplo de esta racionalidad se encuentra en el estudio de Adorno sobre la industria de la música popular en los Estados Unidos, en el que explica como está fabricado el hit parade basándose en los objetivos de maximización de los intereses de las empresas (ADORNO: 1959).

En Brasil, la sociedad de masas emergió con el advenimiento de la industrialización brasileña, iniciada precariamente durante la Segunda Guerra Mundial, y se consolidó en los años setenta. La urbanización creciente cambió la cara de las ciudades y de la estratificación social brasileña que, con el surgimiento de la clase obrera, se caracterizó por el desarrollo del sector terciario que se impuso al sector agrario de la economía. No obstante, en ese momento la incipiente industrialización no fue capaz de crear una industria cultural o un mercado de bienes simbólicos, ya que no se había desarrollado en la clase empresarial una mentalidad gerencial oriunda de la racionalidad capitalista.

Una de las políticas responsables de la generación de un público consumidor de cultura consistió en la reducción de las tasas de analfabetismo de la población. En las primeras décadas del siglo XX, era alarmante el número de personas analfabetas, pertenecientes a las clases más bajas de la población, ya que la educación formal era un privilegio de la clase dominante. Esta situación se atenuó

cuando el Estado asumió, en parte, el papel de educador durante el Estado Nuevo, régimen autoritario instaurado en 1935. Aunque fuera de forma insatisfactoria, los avances de la educación en este marco, favorecían la circulación de instrumentos de cultura escrita, como los periódicos y la literatura, y el consumo de cultura musical a través del disco y de la radio (SODRÉ, 1966).

Tras el inicio de la industrialización con característica nacional desarrollista, los periódicos nacidos con la Imprenta Regia<sup>32</sup> en 1808, consiguieron tener una existencia más larga, y eran editados con continuidad, adaptándose a las circunstancias políticas y a los intereses económicos en juego. Entre los de mayor relieve, citamos, el “Diario de Pernambuco”, editado desde 1925 y el “Jornal do Comercio” (ambos de la provincia de Pernambuco), y también el “Correo Paulistano”, de São Paulo. La importancia de la prensa para la divulgación de la cultura se expresó con más vigor al albergar en sus redacciones a los propios literatos, que las utilizaban como medio de subsistencia y como escenario para la divulgación de sus producciones y de sus ideas con el objetivo de modernizar la mentalidad de los lectores (SODRÉ, 1966).

La producción de libros, no obstante, presenta una penetración ínfima entre el público, lo que contribuyó a la no profesionalización de los escritores. La evolución de la industria de libros en São Paulo, el principal mercado consumidor del país, representada en la Figura 1, que se muestra a continuación, expresa la situación del consumo brasileño en las décadas iniciales del capitalismo nacional.

**FIGURA 1- Evolución del consumo  
de libros en Brasil<sup>33</sup>**

Año	1934	1940	1946	1956
Unidades	1.642.000	2.116.700	5.650.395	5.980.968

Fuente: ORTIZ, 1995:46.

<sup>32</sup> La Prensa Regia era el órgano público creado por el Emperador para editar los actos y las normas reales y también, siguiendo las costumbres de la Inquisición, imponer la censura a lo que se publicaba en la Colonia, SODRÉ, Werneck Nelson, 1966, História da Imprensa no Brasil.

<sup>33</sup> Esos datos son necesarios para aclarar la fragilidad del consumo cultural brasileño en las primeras décadas del siglo XX

Con relación a esta cuestión, Renato Ortiz (1995) comenta que hasta la mitad del siglo, la producción de libros barajaba cifras modestas, ya que no contaba con incentivos públicos. Los factores económicos también provocaban el desinterés de los editores en publicar obras de autores locales, desmotivados por los altos costes de la materia prima y por los impuestos sobre la producción. Con el precio favorable del dólar en relación con la moneda nacional, era más barato importar libros que producirlos en Brasil.

En el incipiente escenario cultural brasileño de las primeras décadas del siglo XX, la radio se destaca como el vehículo de masas de más éxito. Con el inicio en los años treinta, del desarrollo de las tecnologías de la comunicación a distancia, la radio surge en los años veinte y goza de una gran popularidad entre todas las clases sociales, principalmente entre las más bajas. De 1944 a 1950, el número de emisoras de radio crece en torno del 300%, pasando de 106 a 300 (ORTIZ, 1995:40).

La radio ofrece numerosos atractivos al público consumidor a través de diversos programas, sobre todo con la radionovela, género que, desde 1941, se introduce y se consolida en el gusto del público. Éstas son un factor fundamental para el desarrollo de la publicidad, posible gracias a las fuentes de financiación generadas por las nuevas condiciones de la industria brasileña. La publicidad radiofónica cambia su propia programación y se estructura para atender esa novedad, lo que permite un aumento de audiencia de la radio (TINHORÃO, 1981).

Entre los productos radiofónicos más populares se destacaban, además de las radionovelas que surgieron en 1941, los musicales y los programas de auditorio. Sin embargo, la penetración de los folletines radiofónicos entre el público puede medirse por el número de su producción, sólo en la ciudad de Rio de Janeiro: de 1943 a 1945, la Radio Nacional – la emisora que lideraba la audiencia - produjo 116 radionovelas, con un total de 2.985 capítulos (SAROLDI y MOREIRA, 1984:87).

Sin embargo, pese a la reconocida audiencia de este medio, no se puede afirmar que las comunicaciones radiofónicas lograron imponerse con una amplia presencia geográfica, pues “a la radio brasileña de la época, le faltaba la dimensión

---

justificada por laa gran cantidad de analfabetos.

integradora característica de las industrias de la cultura” (ORTIZ, 1995:54). Una vez más se puede mencionar como ejemplo, la importante Radio Nacional ubicada en Rio, difícil de captar en São Paulo, ya que las ondas de las emisoras locales, como la Récord y la Difusora, impedían sus transmisiones. Este hecho pone en evidencia la limitación de la trascendencia de la radio como vehículo comercial, ya que llegaba sólo a los mercados regionales (SAROLDI y MOREIRA, 1984: 91).

No obstante, la proximidad de la mitad del siglo y el ansia por la actualización cultural con los centros más contemporáneos incita a las clases dominantes nacionales, especialmente la urbano industrial ubicada en São Paulo y Rio de Janeiro, a promover la creación de polos importantes de cultura, como el Museo de Arte Contemporáneo, en Rio, y el MASP, Museo de Arte Moderno de São Paulo. Este último fue financiado por el empresario de la comunicación de masas, Assis Chateaubriand, que en 1949 se destacó al ser el primer propietario de un periódico en crear un departamento de propaganda (DURAND, 1995).

La nueva mentalidad se expresa en otras iniciativas de orden jurídico y oficial, como por ejemplo la creación de una legislación para el funcionamiento de la publicidad (1949); la fundación de la TV Tupy (1950); la creación de la primera escuela superior de publicidad, la Casper Líbero, São Paulo (1951); y la revista Manchete, (1953) Siguiendo el ejemplo de Chateaubriand, surgen otros mecenas como el Conde Francisco Matarrazzo, de origen italiano, que financia el Museo de Arte Moderno y crea la Bienal; Adolpho Bloch que decora con importantes obras de arte la sede de las empresas Manchete; y Roberto Marinho, que construye su casa siguiendo el proyecto de Lúcio Costa, arquitecto brasileño de tendencias modernistas (ORTIZ, 1995).

En la década de los cincuenta, bajo la nueva filosofía del gobierno que preconizaba el desarrollo del país, las puertas de la economía se abren al capital extranjero.<sup>34</sup> Esta providencia de carácter económico trajo, sin lugar a dudas, consecuencias sociales y culturales, sobre todo en lo que respecta a la modernización de la comunicación de masas, con la introducción de la televisión, que revolucionó de pronto nuestra incipiente industria cultural, y logró obtener,

---

<sup>34</sup>Sobre los hechos históricos brasileños ver BASBAUM, Leoncio, 1976, TRIGUEIRO DO VALE, Osvaldo, 1978 y BENEVIDES, Maria Victoria de M., 1976.

tiempo después, con la inauguración de la Rede Globo, “el rasgo característico de las industrias de la cultura: el carácter integrador” (ORTIZ, 1994b:48)

A partir de esa época se vislumbra el inicio del imperio de la televisión, medio que influenciará enormemente a todas las generaciones futuras, utilizando mensajes publicitarios, con la intención de introducir un nuevo estilo de vida y abrir las puertas del consumo a la población. Con la televisión, la publicidad brasileña crece y se desarrolla, siguiendo los principios de mercado de la matriz norteamericana, con la introducción de las soap-operas, programas lanzados inicialmente en la radio para conquistar a las amas de casa, con el objetivo de ampliar las ventas de jabón en polvo. En los intervalos de los capítulos de las novelas radiofónicas, las actrices vendían el producto comercial. Con la expansión mercantil de los american-soap en el mercado latinoamericano, se recrean los folletines televisivos para el público latino adaptándolos a la cultura local (ORTIZ, 1995).

La televisión llegó a Brasil en la década de los cincuenta de la mano de la TV Tupy, emisora pionera que, junto con la TV Rio, mantuvo el liderazgo de la producción de programas durante toda la década. Sin embargo, la distribución de este nuevo tipo de comunicación, en los primeros tiempos de su implantación, no era compatible con la lógica de mercado. Las pocas cadenas existentes restringieron su actuación al eje Rio-São Paulo y sus productos adoptaron un aspecto típicamente regional. “No había un sistema de redes, los problemas técnicos eran considerables y el videotape, introducido en 1959, permitió una expansión limitada de teledifusión para algunas capitales”(ORTIZ, 1995)

Al pequeño poder de difusión de la televisión se añadía el bajo poder adquisitivo de la población. Esto dificultaba la comercialización de aparatos de televisión, que empiezan a ser producidos en Brasil a finales de los cincuenta alcanzando la cifra de 18 mil aparatos por año (SCHLESINGER, 1954:54). De 1955 a 1959, el número de televisores existentes en el país pasó de 141.000 a 434.000, haciendo realidad la expansión de la televisión y su importancia en la sociedad brasileña, como vehículo de masas fundamental. Sin embargo, en esos primeros tiempos, la financiación publicitaria no había llegado a la televisión, ya que las agencias preferían invertir en otros vehículos para divulgar sus mensajes. Datos de

1958 indican que un 44% de las inversiones en publicidad se efectuaba en los periódicos, un 22% en las radios y sólo un 8% en anuncios de televisión (LEITE, 1978:49).

De incipiente industria, la televisión pasó a ser un negocio lucrativo que coincidió con la creación de la Rede Globo de Televisão y con la instauración, en 1964, del régimen militar en Brasil. Surgida en 1965, la Globo, ejemplo innegable de éxito empresarial y artístico, también se convirtió en un ejemplo de asociación al poder político. En sus comienzos, la Globo se asoció al grupo extranjero Time-Life, algo ilegal según las leyes brasileñas. Aunque era una situación jurídicamente irregular, su presidente Roberto Marinho utilizó sus contactos con poderosos militares y estableció una alianza con el régimen recién instaurado: a cambio de la complacencia oficial, la red se convertiría en el portavoz del proyecto de integración nacional y del control de la opinión pública articulada por el poder (HERZ, 1987).

A partir de 1974, las Empresas Globo ampliaron su actuación a varios sectores mediáticos y en la actualidad es considerada la cuarta mayor empresa de televisión del mundo, sólo superada por las tres grandes emisoras norteamericanas ABC, CBS y NBC.<sup>35</sup> El complejo empresarial Globo es formado por radios, periódicos, cadenas de televisión convencional, televisión por cable, producción de videos e incluso telefonía móvil (MARTELLAT y MARTELLAT, 1989).

La actuación de la Rede Globo, en esta ocasión, confiere a la televisión brasileña una dimensión integradora, ya que empieza a ser retransmitida en todo el territorio nacional, integrando pequeñas emisoras de carácter local. Esta característica, sin embargo, tiene una proporción negativa porque ejerce su monopolio sobre las programaciones locales perjudicando su desarrollo. Los mercados locales que producen mano de obra artística y periodística se ven obligados a competir con los programas que se producen en los estudios de la Globo, en Rio de Janeiro y son divulgados en la red nacional (MUNIZ SODRÉ, 1990).

Hoy en día, la cadena de televisión privada más importante del país, se ha convertido en el mayor sistema multimedia brasileño con la presencia garantizada prácticamente en todo el territorio nacional, con emisoras propias o en convenio

---

<sup>35</sup> Datos de agosto de 2001 del Escritorio Financeiro do Ministério das Relações Exteriores do Brasil en Nueva York, divulgados

(MARQUES DE MELO, 1999). Esto le confiere el poder de formar opinión, ya que la credibilidad de sus mensajes puede inducir la formación de valores, definir gustos y comportamientos. Dispone de alta tecnología y de material humano suficiente para dominar el mercado global, principalmente con las soaps operas y las mini series que se exportan a más de 128 países de todo el mundo.<sup>36</sup>

Los folletines electrónicos globales tienen el mérito de ser producciones con un toque cultural brasileño. Para crear un producto televisivo nacional se apropiaron, por un lado, de elementos dramáticos de los romances del siglo XIX y, por otro, de la fórmula de las telenovelas mexicanas, todo un éxito entre la audiencia de televisión. De este modo se destacan de las producciones latinoamericanas, cuya característica principal es la exageración de las situaciones dramáticas - y de las soap - operas norteamericanas, donde la estructura de los capítulos es relativamente autónoma. En 1965, la Globo lanza al mercado la primera telenovela global "Irmãos Coragem" y en 1973, la telenovela "O Bem Amado", una sátira sobre el caudillismo político, la primera telenovela en colores que se vende en el mercado exterior.<sup>37</sup> En los años setenta y ochenta, las producciones se sofisticaron y asumieron una apariencia cinematográfica con la introducción de nuevos recursos tecnológicos, como el videotape. Como producto de exportación, las telenovelas brasileñas han convertido a la Rede Globo en el Hollywood de los Trópicos (Citado en SCHILLER, 1993).

Entre los productos de más éxito internacional, destaca la telenovela "A Escrava Isaura", que creó un estilo propio al retratar tipos genuinamente nacionales. Este fue el mayor producto de explotación del género, comercializado en más de 100 países. En China, la actriz que encarnó a la esclava, Lucélia Santos, continúa recibiendo demostraciones de cariño del público chino, después de tantos años (VEJA, 1999).

---

en material del Consulado de Brasil, en Barcelona.

<sup>36</sup> Las miniseries son series de corta duración que se basan, casi siempre, en obras literarias de expresión nacional, que tienen un valor cultural mayor que las telenovelas tradicionales. Oliveira, O.S.(p.25) "Brazilian soaps outshine Hollywood: is cultural imperialism fading out?", paper presentado en el congreso de la Asociación de Semiólogía Alemana, agosto de 1990, citado en SCHILLER, H.1993. Según el autor, las producciones de la televisión Globo superan las de cualquier otra cadena del mundo. Sobre la participación extranjera en la televisión brasileña ver AVEMDÓLA, Ávila,1982.

<sup>37</sup> Vide "Cultura nacional", in Veja, 22.12.1999,Rio de Janeiro, Editora Abril, p.282.

Sin embargo, estos productos globales son algo contradictorios. Cuando enfocan temas históricos, casi siempre logran retratar la realidad brasileña de la época, pero con temas más actuales, la Rede Globo elabora y exporta una sofisticación hollywoodiana que no tiene mucho que ver con la cara real del país. La presentación de las formas (los decorados, la apariencia de los personajes), de los estilos de vida o de la naturaleza de los mensajes, son elementos que muestran más un Brasil ideal. Los personajes folclóricos, como pescadores y trabajadores rurales televisivos, son artificiales, piensan y viven como figuras de un contexto de ficción, y no como auténticos personajes de la realidad brasileña. Tenemos que lamentar, por lo tanto, que un vehículo con tanta proyección internacional pierda continuamente la oportunidad de mostrar la genuina cultura brasileña.

Las miniseries, sin embargo, poseen una forma nueva de hacer drama en televisión, una fórmula que la Globo encontró para revolucionar su imagen y conquistar nuevos mercados. En 1985, en plena apertura democrática, cuando la nación clamaba por la libertad y la recuperación de su identidad, la Globo lanzó dos productos paralelamente: la telenovela “Roque Santeiro” y la miniserie “Tenda dos Milagres” basada en la novela homónima de Jorge Amado, uno de nuestros más consagrados escritores. Las dos obras enfocaban la realidad social brasileña y ponían de relieve los arquetipos típicamente nacionales, con sus creencias y sus prácticas culturales (MARTELLART y MARTELLART, 1989).

A inicios del año 2000, la última serie de éxito presentada al público, con motivo de la conmemoración de los 500 años del descubrimiento de Brasil, fue “A muralha”. Basada en la novela con el mismo título de la escritora Dinah Silveira de Queiroz, la historia retrata la acción guerrera de los bandeirantes, los primeros habitantes y fundadores de São Paulo.<sup>38</sup> En el siglo XVII, estos personajes continuaron ampliando el territorio portugués en la Colonia, por desconocer el Tratado de Tordesillas, por el cual Portugal y España establecían los límites de sus conquistas sobre las tierras sudamericanas. Estas obras también se comercializaron en los mercados ya conquistados por la Globo, con el mismo éxito que las telenovelas (ORTIZ, 1995).

---

<sup>38</sup> Vide en Veja, ,05.01. 2000, p.126, Valladares, Ricardo, “Saga colonial”.

En los medios de comunicación nacionales como la televisión, se percibe con nitidez la presencia de la dominación norteamericana que, según Marques de Melo(1999) va desde la dependencia tecnológica (de los aparatos básicos utilizados por las emisoras brasileñas, <sup>3/4</sup> son importados de los EE.UU.), hasta la dependencia cultural (el 80% de la programación de la televisión nacional contiene productos extranjeros, principalmente películas). En la transmisión de las noticias, la mayoría de las cadenas utiliza las informaciones de agencias nacionales, pero las agencias de noticias extranjeras - concretamente de EE.UU., Francia e Italia - son la fuente de noticias internacionales que alimenta a las agencias locales. Este hecho se traduce en una “una sumisión por parte de los noticieros brasileños ya que asumen las pautas impuestas por estas fuentes extranjeras” (MARQUES DE MELO, 1999:176).

El acto de asimilar de forma dependiente los productos transnacionales (en especial las películas y las series), sobre todo los de origen norteamericano, contrasta a la vez con el fenómeno que se observa en los países que importan las producciones de la Rede Globo de Televisão. En estos países, los productos culturales, como las telenovelas y las miniseries deben estar provocando la asimilación de costumbres y de hábitos de lenguaje brasileños. A diferencia del período de colonización, hoy en día, a través de las declaraciones informales de lusitanos, es posible suponer que la cultura brasileña influencia a las audiencias portuguesas con sus contenidos, por lo menos en el lenguaje que asimilan a través de la televisión. El uso de expresiones verbales utilizadas a diario por los brasileños llega a este país a través de los diálogos de ídolos de las telenovelas y de las músicas exportadas a Portugal, y acaban utilizándose en el cotidiano lusitano. Suponemos que a este fenómeno contribuye también el contacto provocado por la actual y considerable migración de brasileños a tierras lusitanas.<sup>39</sup>

En la actualidad, el complejo televisivo nacional atiende casi todo el inmenso territorio brasileño, con cadenas locales y retransmisiones de grandes cadenas ubicadas en Rio y São Paulo, como la TV Bandeirantes, el Sistema Brasílero de Televisão – SBT, que monopolizan la programación, restringiendo las producciones y el mercado de carácter local.

---

<sup>39</sup> Durante la visita a unos amigos de Oporto, en la presentación de la telenovela brasileña “A Indomável” - de la Rede Globo, divulgada en Portugal por la cadena RTP, en diciembre de 1997, - algunas de las expresiones orales típicas utilizadas por los personajes, pertenecientes al ambiente rural, se incorporaron al lenguaje cotidiano de la población portuguesa.

La música tiene especial importancia en nuestro estudio, ya que deseamos comprobar una tesis elaborada sobre los rasgos asumidos por las producciones artísticas y por las manifestaciones culturales, en Brasil y especialmente en Pernambuco, en el contexto de globalización, muy propicio para viabilizar formas de hibridación cultural. Así, nuestro objetivo es el de resaltar la importancia de la industria discográfica en esta región, para entender la relación de los artistas con el consumo y detectar sus diferencias en ambientes socioeconómicos brasileños distintos: el Nordeste y el Centro -sur.

Hasta los años setenta, el mercado discográfico no poseía gran expresión. A partir de esta fecha empieza un verdadero y numéricamente significativo crecimiento.<sup>40</sup> El cambio está motivado como consecuencia de la ampliación del mercado de bienes de uso, tales como los electrodomésticos, que empiezan a ser adquiridos a gran escala debido a las ventajas proporcionadas por el comercio con la ampliación del crédito personal. El reproductor de música era uno de los más vendidos. “De 1967 a 1980, la venta de tocadiscos crece un 813%. Esto explica por qué la facturación de empresas discográficas crece un 1.375% entre 1970 y 1976”. La adquisición de cintas casetes se convierte en algo común, principalmente entre los jóvenes, condicionados por el uso de radiocasetes en los coches (ORTIZ, 1995:127).

Las empresas discográficas, con la intención de expandirse cada vez más en el mercado brasileño, diversifican sus productos para llegar a las clases populares. Se crean estrategias que intensifican la producción de elepé para abaratar su precio, y se difunden los “álbumes recopilatorios”, discos y cintas casete que reúnen una selección de músicas de diferentes casas discográficas y de varios artistas.

La empresa discográfica Som Livre, vinculada a la Rede Globo, se especializa en canciones de telenovelas, destronando del mercado a las poderosas empresas multinacionales. “Inicia sus actividades en 1970, hace una recopilación de las canciones de la telenovela “O Cafona”, en 1976, convirtiéndose en el líder del mercado discográfico nacional, y en 1982 posee el 25% de la facturación de la empresa” (ORTIZ, 1995:128).

---

<sup>40</sup> Ver “*O mercado de discos no Brasil*”, en Mercado Global, no.34, año 4,03.04.1977, p.20.

La realidad que se presenta en los últimos tiempos es muy distinta, en comparación con el cuadro inicial. En 1994, el mercado de música brasileño luce una cara adulta gracias a la estabilidad económica proporcionada por la equiparación (artificial) del real al dólar. De los 437,2 millones de dólares en ventas en 1993, se llega a 782,5 millones en 1994. Al año siguiente hay un aumento del 35% y en 1996 del 32%, y en 1997 hay una pequeña baja del 4% en el total de las ventas de discos (YÚDICE, 1999:200). Estas cifras pueden entenderse mejor con el cuadro 3 que viene a continuación:

**FIGURA 2 - Evolución de ventas de discos en Brasil, en la última década (en millones)**

AÑO	VENTAS EN US\$	AUMENTO %
1991	400.000	
1992	284.000	(-) 29,0%
1993	449.000	(+) 58.0%
1994	805.000	(+) 79.0%
1995	1.005.000	(+) 24.0%
1996	1.318.000	(+) 31.0%
1997	1.275.000	(-) 3,26%
1998	1.172.000	(-) 8.0%
1999	668.000	(-) 43.0%
2000	725.000	(+) 8.5%

Fuente: Associação Brasileira de Produtores de Discos (2000).

Dentre estos índices, en el año 2000, 75% refiere a la música nacional. La diversidad cultural de las regiones del país es descubierta para el gran público, a partir del año 1991, cuando representaba ya 60% del total de discos producidos. Contribuye para esto la difusión de los ritmos característicos de todas las regiones brasileñas, desde la *Lambada* y el *Bumba-meu-boi*, del Norte, a los movimientos de música regional, incluyendo el *Axé music* y el *Manguebeat* del Nordeste, la música sertaneja del Centro-sur y la *Samba*, el *Pagode*, el *Hip-hop*, el *Rap* y el *Funk*, dentre otros géneros de música de los grandes centros urbanos brasileños como Rio de Janeiro y São Paulo ([www.abpd.com.br/dados/dados:2002](http://www.abpd.com.br/dados/dados:2002)).

Según George Yúdice (1999), los géneros musicales preferidos del público en esta década son los ritmos bailables, pero a causa de la gran diversidad de música brasileña, hay muchos otros tipos de productos musicales cuya preferencia se diferencia según las regiones del país, (ver en el Mapa Cultural de la página 137). El mercado brasileño se sitúa en el sexto lugar del mundo y en el primero de Ibero América, lo que representa el 56% del total de las ventas de música en la región. Con relación a los géneros más vendidos, la música nacional se sitúa en el primer lugar, seguida de la internacional, principalmente la anglosajona. Curiosamente, la música hispanoamericana tiene poca difusión en Brasil (YÚDICE, 1999:200).

Los productos musicales brasileños, sin embargo, tienen gran aceptación y consumo entre el público latinoamericano. En 1997, el grupo brasileño Skank fue el campeón de ventas con la música “Garota nacional”; en el mercado chileno, Carlinhos Brown , representante bahiano del pop nacional, encabezó las listas de éxitos colombianos con la música “A namorada”; y Paralamas do Sucesso fue el grupo más popular entre el público de MTV Latino (FOLHA DE SÃO PAULO, 1997).

Cuando empezaron a actuar en Brasil, las multinacionales discográficas instalaron sus oficinas en los dos centros económicos y comerciales más importantes, y con un mercado consumidor consolidado: las ciudades de Rio de Janeiro y São Paulo. Esta opción contribuye a reforzar la hegemonía de estos polos como productores de cultura de masas, ya que son los centros donde están localizadas las emisoras de televisión, disponen de los espacios para espectáculos mejor equipados y son la sede de las grandes agencias publicitarias.

En las demás regiones, a pesar de que las manifestaciones musicales locales son muy expresivas, la industria discográfica no actúa directamente, a no ser en eventos musicales importantes. El festival Abril Pro Rock, que acontece periódicamente en Recife, es una ocasión en la que las multinacionales envían a sus empresarios para descubrir nuevos talentos. Los jóvenes artistas que empiezan a destacarse a escala local, anhelan hacer una carrera en el mundo de la música y se ven obligados a desplazarse a los dos centros hegemónicos para darse a conocer y conquistar el mercado del sudeste. La infraestructura de producción en las demás regiones del país es pobre y las empresas discográficas son prácticamente inexistentes (TELES,2000).

Tras reconocer la hegemonía del mercado del Centro-sur en relación con la producción, divulgación y venta de productos musicales, es significativo para el objetivo de nuestro trabajo contar algo ocurrido en Recife, que se revistió de modernidad y supuso todo un desafío para el mercado monopolizado.

De 1954 a 1968, el único parque industrial discográfico del país ubicado fuera del eje Centro-sur, era la Fábrica de Discos Rosemblit, en Recife, en el barrio de Afogados. Era la más importante empresa discográfica del país, de capital exclusivamente nacional, com filiales en Rio de Janeiro, São Paulo y en Rio Grande de Sul. Según José Teles (2000) “fue la única empresa del género a existir fuera del eje Rio-São Paulo a formar un acervo cuyo interés transciende a lo parroquial, com docenas de fonogramas fundamentales para la história de la música brasileña” (TELES, 2000:18).

En 1956, el frevo “Evocação No. 1”, del pernambucano Nelson Ferreira, grabado por esta discográfica ganó el primer lugar en un concurso de música de Carnaval promovido por la Radio Nacional de Rio de Janeiro. Esta victoria mucho significó para la cultura pernambucana y consolidó el trabajo de la Rosemblit que se dio a conocer a escala nacional. La empresa, desde sus comienzos, quería divulgar la música local en todo el país y grabar todos los ritmos de nuestra cultura, *el frevo, el maracatu, cabocinhos, cirandas y música de viola*,<sup>41</sup> producidas y cantadas por los artistas nordestinos.

En 1960, en colaboración con el periódico Diario de Pernambuco, la discográfica patrocinó el 1º Festival del Frevo, con la finalidad de atraer al público, y grabó las 12 músicas finalistas. Los discos en vinilo se divulgaban a través de los sellos AU, Solar, Pasarela y Mocambo, el más importante de todos. “La empresa era una de las más modernas de Latinoamérica, poseía un estudio de grabación con 26 canales, galvanoplastia, calandra, prensas, un departamento de arte y una gráfica

---

<sup>41</sup> *Frevo* es el ritmo típico de Pernambuco, que se popularizó y es vendido como un ícono de la provincia. *Maracatú*, y *Cabocinhos* son manifestaciones de la cultura popular local, que tienen presencia más destacada en el Carnaval. *Ciranda*, es una danza folclórica y popular que es jugada en el litoral pernambucano. Estos géneros de la cultura popular serán más detallados en el último apartado de este capítulo. *Música de viola* es un género de música sertaneja que tiene expresión en varias regiones brasileñas, mas que aparece en primer lugar en en el interior de Minas Gerais.

en offset, la mayor del Nordeste en la época, y producía sus propios carteles, folders, sellos y catálogos” (HICKSON, 1998:2).<sup>42</sup>

El carácter pionero de la Rosemblit se pone en evidencia cuando lanza, por primera vez en el Nordeste, un disco con canciones de una escola de samba carioca, la “Bafo da Onça” y el tema de una telenovela, “Nino o Italianinho”, de la TV Tupy, que incluyó en su banda sonora la composición “Serenata Suburbana”, del pernambucano Capiba. Cabe destacar que el sello AU (Artistas Unidos) se creó para grabar, además de los trabajos de artistas pernambucanos, los de otros cantantes brasileños, como Jorge Bem y Martinha (HICKSON, 1998).

En 1959, la empresa discográfica recifense poseía el 22% del mercado nacional de discos y el 50% del mercado regional. En los 28 años de su existencia, lanzó 2 mil éxitos, entre compactos y elepés. En 1966, la Rosemblit tenía incluso oficina en Rio de Janeiro y tuvo el mérito de grabar las canciones ganadoras del Primero Festival da Música Popular Brasileira, promovido por la TV Record, en São Paulo (HICKSON, 1998).

En los años setenta, el mercado brasileño abrió las puertas a las empresas multinacionales. Estas casas discográficas veían en Rosemblit un fuerte rival: ésta poseía una gran parte del mercado, estaba ubicada fuera del eje Centro-sur, y su capital era genuinamente nacional. Los cambios tecnológicos, como la llegada del videotape, y la inversión masiva de capital extranjero en las discográficas introdujeron en el panorama artístico nacional, artistas internacionales – como los Beatles –, apoyadas por una divulgación masiva en la media.

La discográfica Rosemblit no tenía condiciones para competir con las multinacionales y poco a poco fue perdiendo su tradicional mercado. En 1977, el desbordamiento del Capibaribe, río que atraviesa la ciudad de Recife, destruyó todas sus instalaciones, lo cual supuso un nuevo golpe para la empresa. “La Rosemblit murió, pero continúa viva en cada obra que produjo, en cada artista que

---

43 HICKSON, Milena, 1998, “Rosa de Sangue: uma saga nordestina”, guión de vídeoclip y videosclip presentado al Curso de Graduação do Departamento de Comunicação Social da UNICAP, Recife, como Projeto Experimental de graduación. Este es el único trabajo realizado sobre la discográfica Rosemblit, experiencia de industria cultural inédita en el Nordeste de Brasil y que debería ser mejor estudiada. Como en este estudio el tema es un mero detalle, no complementamos la recogida de más datos realizando una investigación específica en periódicos de la época.

apoyó, en cada frevo que grabó y en cada pedazo de Pernambuco en el que creyó” (HICHSON, 1998:6).

La desaparición de la empresa Rosemblit, experiencia pionera de Industria Cultural genuinamente nacional, representa otro síntoma de la decadencia que empezó a ser visible en la cultura recifense, que desde entonces pierde espacio en el mercado musical brasileño. La prioridad de iniciativas económicas destinadas a las ciudades del Centro-sur, y que históricamente ya ocurrían patrocinadas por el gobierno federal, se verá acentuado con el ciclo del régimen militar (1964 A 1982), provocando la pérdida de prestigio político y económico del Nordeste y el empobrecimiento de la economía de Pernambuco.

### **2.3. DE LA SAMBA A LA BOSSA NOVA**

En este apartado, analizamos el nacimiento de la música popular con personalidad nacional, deteniéndonos en algunos momentos de la historia de nuestra cultura musical que tienen repercusión directa con los hechos históricos y socioeconómicos que ocurren en el país y con la configuración del contexto musical contemporáneo. Para ello, describimos los momentos en que la música popular brasileña asume contornos más auténticos e inéditos, revelándose al mundo con características originales, localizando sus versiones urbanas y rurales, hecho que nos obliga a hacer un corte diacrónico en el origen de ritmos y de escuelas musicales, sacrificados por el público a lo largo de los tiempos.

Durante el largo período de nuestra historia correspondiente a las fases de la Colonia y del Imperio, hasta el inicio del siglo XX, con la República, como ocurría con la literatura y con las artes plásticas, la música que escuchaba la élite de la sociedad brasileña era la versión erudita venida de Europa. Esta postura, expresión del culto por la cultura ornamental transplantada, principalmente de Francia y Portugal, indicaba la falta de personalidad de la burguesía nacional y, además, era asimilada y repetida por la población, pues su consumo demostraba la cultura

e importancia social que el individuo poseía. Como comentamos en apartados anteriores esta forma de pensar es elitista y apunta a “una falsedad, al deseo de la clase dominante de querer formar parte de la humanidad occidental avanzada” (ORTIZ, 1994b:30).

Sin embargo, entre las clases más bajas de la sociedad, *los batuques*,<sup>43</sup> golpeos de los esclavos que alegraban las noches calientes de las haciendas, penetraban en el gusto popular de las ciudades y se traducían en una danza sensual en la que se movía todo el cuerpo. La clase dominante y media consideraban tabú esas manifestaciones musicales, por ser “cosa de negro” y por lo tanto, de carácter amoral y de dudoso gusto.

Para hacer brotar las melodías que nacían de los ritmos populares como, además del *batuque*, *el choro*, *la marchinha* y *el maxixe*,<sup>44</sup> los artistas populares utilizaban instrumentos musicales como la guitarra, el *cavaquinho*<sup>45</sup> y los de percusión. Estos últimos eran para uso exclusivo de la plebe y no eran admitidos en los salones al lado de instrumentos considerados más nobles como el piano y el clavecín. Estos instrumentos populares identificaban a los compositores como *malandros*<sup>46</sup> y su uso público podía ocasionar el arresto policial. En la práctica musical de estos grupos marginales, en la que destacaba “la investidura sincopada de los sonidos, en su corporalidad diferenciada”, se dejaban ver los rasgos, despreciados pero atrayentes, que reflejaban la expresión de fuerzas sociales virtualmente subversivas, por su belleza y originalidad, que hacían temer a las élites un cambio en el horizonte de la música brasileña y en los gustos burgueses (WISNIK, 1999).

---

<sup>43</sup> *Batuques o batucadas*, son llamados los sonidos producidos por los instrumentos de percusión, usados inicialmente por los negros en su música de origen africana y después asimilados por la *samba*. Estos ritmos emergen de la música negra, del *candomblé* (religión con rituales propios de la región africana la Umbanda, traída por los esclavos) con una musicalidad sensual y forma una de las características profundamente brasileña.

<sup>44</sup> *Choro o chorinho* (que se puede traducir al español como lloro) es un género de música que surge en Rio de Janeiro (ver p.113). Sus compositores, que también eran los cantantes, son llamados de *llorones*. Es un ritmo compasado y calmado, en que se usa mucha melodía para producir el efecto romántico deseado. *Modinha*, música romántica que tiene origen en Rio de Janeiro a inicios del siglo XX que ha sido introducida como ritmos carnavalesco. *Maxixé* es considerado por algunos autores como el primer género musical genuinamente brasileño, fusión del tango argentino con la *habanera*, danza cubana que llega al Brasil a través de Portugal. El tango argentino tenía mucho éxito en los salones de baile recifenses debido a la influencia de los inmigrantes argentinos instalados en esa ciudad (CALDAS, 1989 ).

<sup>45</sup> Tipo de guitarra de pequeño porte, con cuatro cuerdas y un sonido más agudo que el de la guitarra.

<sup>46</sup> *Malandro* es el sujeto que no trabaja pero que, tiene una gran alegría de vivir. Vive de pequeñas contravenciones y de orgías continuadas, abandonándose al placer del baile y de la bebida.

La ciudad de Rio de Janeiro, la capital de la nación desde la llegada de la familia real de Portugal, era el lugar en el que se gestaba una efervescencia que repercutía en las desigualdades entre las clases, en las relaciones sociales y en las costumbres vigentes de la época, nítidamente delineadas por la estratificación de la sociedad brasileña. En el ambiente cultural carioca, además de la trasplantación cultural, “la cara musical de Brasil moderno se formó” (WISNIK, 1999).

Podemos decir, por lo tanto, que la fisonomía musical brasileña se moldeó en Rio. En sus calles se reproducía la música de los pianos ejecutada en los salones de la clase dominante, sectores acomodados de la sociedad brasileña que reflejaban una clara influencia francesa. Mientras tanto, en la periferia de la ciudad se oían las batucadas de los negros y mestizos en las chabolas, moradas que albergaban a la población egresa de la esclavitud. Estas músicas fundían los lamentos rurales con los sonidos urbanos.

“Allí es donde una punta de este enorme substrato de música rural se gestaba en las regiones y adquiría una configuración urbana. Transformando los bailes binarios europeos a través de las batucadas negras, la música popular emergió para el mercado, es decir, para laaciente industria del sonido y para la radio, facilitando material para el Carnaval urbano en el que un caleidoscopio de clases sociales y de razas se mezclaba en un país recién salido de la esclavitud para el ‘modo de producción de mercancías’”(WISNIK, 1999 :118-119).

Aunque los vientos del pensamiento erudito europeo soplaran sobre Rio de Janeiro, a finales del siglo XIX, la cultura continuaba dependiente y la ciudad permanecía provinciana: las fiestas familiares eran iniciativas con las que los acaudalados suplían la ausencia de diversión pública. En estos ambientes, se interpretaba solamente la música erudita de gusto europeo, que se traducía en música clásica.

En 1870 nace una de las primeras manifestaciones musicales auténticamente brasileña, y es rápidamente contestada y rechazada por la sociedad “culto” de la época. En esta época, la sociedad del Rio de Janeiro - que era una ciudad provinciana y que se ha quedado así hasta los años treinta - se reunía para divertirse en familia, por la carencia de diversión pública (TINHORÃO, 1981).

Un grupo de instrumentistas lanza un género nuevo, el Choro, cuyos predecesores han sido los barberos, esclavos libertados que se dedicaban a tocar instrumentos considerados “bárbaros” por los eruditos. El nuevo género musical en poco tiempo se introduce en el gusto popular. Entre estos músicos de profesión, autores también de otros experimentos musicales como la modinha y el maxixe, se destacaron Calado Junior, Luiz Virgílio da Silveira, Viriato Figueira da Silva y Francisca Gonzaga, acuñada de “Chiquinha Gonzaga”, una mujer al frente de su tiempo que, al lado de Ernesto Nazareth, se convirtió en el principal nombre de la música popular brasileña. No obstante, hasta que la industria de la cultura no se la apropió y el Carnaval la democratizó, la música que producía el pueblo se mantuvo en la clandestinidad de los rincones pobres hasta el siglo XX (CALDAS, 1989). <sup>47</sup>

El folclorista Câmara Cascudo afirma que la palabra choro sería inicialmente una adaptación de “xolo”, que significa baile de los esclavos en los ingenios y que llegando a las ciudades, asumiría la forma “xôro”, asumiendo después la grafía actual (CÂMARA CASCUDO, 1971).

José Miguel Wisnik (1999) afirma que si São Paulo, ciudad de inmigrantes extranjeros, ha sido la cuna del movimiento obrero y el escenario de muchas protestas, Rio de Janeiro, con la creación de la samba, ha formado la cara musical de Brasil. Estas primeras experiencias musicales en el escenario de la Ciudad Maravillosa dieron origen a este primer ritmo que sería de unanimidad nacional, la expresión del alma brasileña, salida de los *morros* <sup>48</sup> y llevada a la ciudad de la mano de las Escolas de Samba. En las primeras décadas del siglo XX, la naciente industria cultural se apropió y divulgó esta música popular a través de la radio, hasta consagrarse dentro del escenario del Carnaval (ALVARENGA, 1988).

“El Jefe de policía por teléfono me manda avisar, que en la Carioca hay una ruleta para jugar...”; estos versos irreverentes, cantados con el acompañamiento de la guitarra - instrumento que identificaba al “malandro” brasileño, es la letra original de la primera samba grabada en vinilo, en 1920. Intitulada “Pelo teléfono” y compuesta por Donga, que más tarde haría una versión menos irreverente para

---

<sup>47</sup> Ver entre otros autores, ALVARENGA, Oneyda, 1988, TINHORÃO, José Ramos, 1981..

<sup>48</sup> Lugar donde vive la población pobre en Rio de Janeiro, en chabolas, que ocupan algunos puntos importantes de la geografía de la ciudad.

hablar de la autoridad policial: “El Jefe de policía por teléfono me manda avisar, que con alegría, no se cuestione, desea jugar”. La samba, cuya paternidad está cuestionada, nació de los pagodes.<sup>49</sup> En estos grupos, además de Donga, estaba João da Baiana y el gran Pixinguinha, autor de “Cariñoso”, una de las más bellas canciones brasileñas del siglo XX según la crítica internacional. Otro sambista<sup>50</sup> muy respetado y uno de los más importantes es Sinhó – José Barbosa da Silva (1888 – 1930) – autor de obras famosas como “Jura”, “Gosto que me enrosco” y “Cansei”, y por cuyo talento recibió el título de Rei do Samba (CABRAL, 1996).

Las letras de las primeras composiciones de los autores populares cariocas retrataban las condiciones de sus contextos reales, la pobreza de las poblaciones cariocas de la periferia, escenario en el que se destacaba la figura típica del malandro. Éste era el personaje principal de las músicas populares, cuyas acciones representaban la negación de la ética del trabajo y de la conducta socialmente correcta. De este modo, la exaltación de esta conducta, rechazada totalmente por la sociedad formal, pasó a ser casi una ideología para los pobres, ya que el “orgullo de ser malandro” expresaba la ética oculta que denunciaba la condición del trabajador negro, creado por la sociedad: la de mano de obra sin calificación y desubicada. En la música popular de esa época, “la historia del trabajo se narra a contrapelo. El obrero es el personaje principal, oculto y ofuscado por la ruidosa y alegre consagración de la figura del malandro” (CÂNDIDO, 1970).

El gobierno autoritario del Estado Nuevo, instaurado en 1935, intentó eliminar o minimizar, sin éxito, la importancia de este héroe en las letras de las sambas. Sin embargo, la propaganda nacionalista y la inducción oficial produjeron otro efecto inesperado en la música popular: las sambas de Carnaval, las machinhas carnavalescas, elementos sonoros que las escuelas utilizan para desfilar, adoptaron un tono apologético y triunfalista, como una marcha militar. Este mismo tono se extendió a las canciones populares, cuyo ejemplo más significativo es la música “Acuarela de Brasil”, de Ary Barroso, conocida mundialmente como símbolo musical de nuestra nacionalidad (ALVARENGA, 1988).

---

<sup>49</sup> *Pagode* es un ritmo musical, como una samba pero más lento, que es considerado como el origen de la samba. Los esclavos lo utilizaban en sus músicas. Era también llamados de *pagodes* los lugares en los barrios pobres, en los que se reunían compositores y artistas para bailar y hacer música.

<sup>50</sup> *Sambista* es el nombre dado al compositor de samba y al bailarín que sabe ejecutar sus complicadas coreografías.

En la década de los años veinte, la recién entronizada radio todavía no asumía el papel de vehículo de masas y, debido a la ausencia de discográficas, las composiciones populares eran divulgadas principalmente en el Carnaval, de manos de las Escolas de Samba. Estas agremiaciones, que en la actualidad son el ícono principal del Carnaval carioca y logran movilizar a turistas de Brasil y del mundo entero, tuvieron su origen en los ranchos y blocos carnavalescos que bajaban de los cerros y de las chabolas para alegrar el Carnaval de la calle, y daban a conocer sus composiciones entre la población.<sup>51</sup>

En 1930, las escuelas desfilaron por primera vez bajo la atenta mirada de la policía, que calificaba a los sambistas de malandros confundiéndolos, por lo tanto, con marginales. Algunas de las agremiaciones que desfilan actualmente surgen en esa época, como por ejemplo “Mangueira”, “Portela” y “Unidos da Tijuca”, que siguieron los pasos de la pionera, y hoy extinta, “Deixa falar” (CABRAL y FREITAS BASTOS, 1996).

En esa misma época surge la distinción entre la samba de morro - en cuyo sonido predominan las batucadas de las escuelas -, y la samba de asfalto - típico producto de los bohemios de la plaza Onze, de carácter más doliente, que hasta hoy anima las rodas de samba que proliferan en toda la ciudad de Rio de Janeiro. No obstante, todas estas expresiones se pueden considerar como samba, es decir, un ritmo intuitivo y esencialmente carioca, surgido con naturalidad del talento de personas con gran creatividad y musicalidad, pero sin mucha escuela o conocimientos formales de música.<sup>52</sup>

---

<sup>51</sup> Los llamados de “blocos de la calle” son grupos canavalescos que se forman durante el Carnaval y que tienen una organización menos formal que las *Escolas de Samba*. Algunos de ellos nacen en los barrios y están formados por vecinos que se organizan para el período de Carnaval. Ver, también sobre Carnaval, EFEGRÉ, Jota, 1975, *Figuras e coisas do Carnaval carioca*, ALENCAR, Edgar, 1965, *O carnaval carioca através da música*, CABRAL y FREITAS BASTOS, 1996, *As escolas de samba no Rio de Janeiro*, Rio de Janeiro.

<sup>52</sup> La *plaza Onze* se encuentra en el centro de Rio de Janeiro y por ahí desfilaban las primeras *Escolas de samba*. En esta plaza desfilaron las escuelas durante el Carnaval, hasta que en los años setenta el gobierno construyó el *Sambódromo*, recinto pensado especialmente para estos desfiles.

<sup>52</sup> Son reuniones espontáneas de sambistas, profesionales o no, donde se bebe, se canta y se improvisan muchas canciones.

<sup>52</sup> La *plaza Onze* se encuentra en el centro de Rio de Janeiro y por ahí desfilaban las primeras *Escolas de samba*. En esta plaza desfilaron las escuelas durante el Carnaval, hasta que en los años setenta el gobierno construyó el *Sambódromo*, recinto pensado especialmente para estos desfiles.

<sup>52</sup> Son reuniones espontáneas de sambistas, profesionales o no, donde se bebe, se canta y se improvisan muchas canciones.

Muchos son los compositores actuales que representan este ritmo, dotado, eso sí, de nuevas características. Como samba de roda, más tradicional, se destaca actualmente la música de Paulinho da Viola, Martinho da Vila y Zeca Pagodinho, en cuyas composiciones reproducen el ritmo en sus orígenes proletarios, pero con una temática urbana con la que se identifican varias capas de la sociedad brasileña, no sólo las populares. Otro compositor que incorpora este ritmo popular como su principal característica y consiguió modernizarlo e introducirlo entre los consumidores juveniles es Jorge Ben Jor. Sus canciones, debido a las innovaciones en el ritmo y en la temática, muy próximas al *reggae* jamaicano, tienen gran aceptación entre gente de todas las edades. La música de Jorge Ben Jor influenció a muchas de las bandas musicales juveniles que integran hoy el panorama musical nacional, incluso la música Manguebeat.

La euforia del desarrollo económico implantado por el gobierno Kubitscheck (1950 -1955) repercutió en el campo de la cultura (BENEVIDES, 1976). El sector de publicaciones conoció una gran expansión y la industria del cine pasó a tener fuertes inversiones (TEIXEIRA DE MELO, 1977) lo que colocó a Brasil en la mira de la industria discográfica internacional.<sup>53</sup> Inicialmente, estas empresas invirtieron en el mercado nacional de forma discreta, principalmente en lo referente a la divulgación de la música más popular, la samba, hecho que fortaleció su trayectoria en el mercado nacional.

La radio posibilitaba a los sambistas divulgar su talento y los programas de auditorio propiciaban la comunicación directa del artista con su público. Estos programas representan la vanguardia de los grandes espectáculos de masas actuales, que los artistas pop realizan en todo el mundo y atrae a numeroso público. El escenario de estas manifestaciones era la ciudad de Rio de Janeiro y São Paulo, y la Radio Nacional y la Excélsior eran los principales motores de la agitación radiofónica (CALDAS, 1989).

---

<sup>53</sup> De 1957 a 1964 la producción de largometrajes es de unas 32 películas por año. Ver ORTIZ, 1995:121/124.

La música que movilizaba al gran público utilizaba elementos para producir el “sentimentalismo de masas”, lo que en los años noventa se llamó brega romántico, y cuyos principales representantes eran Roberto Carlos y Reginaldo Rossi.<sup>54</sup> En los años cuarenta y cincuenta, el contexto en el que prevalecía ese tipo de música tornase conocido como “la era de la radio”, puesto que los cantantes de grandes dotes vocales brillaban en canciones que tenían como tema el amor dramático, la tristeza, el dolor y la traición. La voz de Orlando Silva representa bien esa etapa y tuvo su versión femenina en las voces de las cantantes Dalva de Oliveira, Angela Maria y Elizete Cardoso.

“En el tránsito de los años 40 a los 50, la música popular en Brasil tomó un aspecto más diseminado, globalizando el país en sus regiones y penetrando más hondo en el tejido de la vida urbana. Junto a la samba que permanece y con las machinhas carnavalescas, se abre un espectro de repertorio de la Radio Nacional, en cuyas ondas el imaginario del país viaja” (WISNIK y SQUEFF, 1983:86).

Paralelamente a este género que tenía gran éxito entre el público, la juventud urbana e intelectual de clase media carioca prefería consumir jazz norteamericano (Cole Porter y otros) y las canciones francesas de Edith Piaff, Aznavour y Mireille Mathieu. Este tipo de música inspiraba a los jóvenes compositores intelectualizados a hacer canciones más elaboradas, con más armonía y con una temática que privilegiaba los sentimientos románticos, sin dramatizarlos. Los cantantes más importantes de este género musical eran Dick Farney, Johnny Alf y Lucio Alves que, profundamente influenciados por el estilo intimista del jazz y por la música de Frank Sinatra, elaboraron grandes éxitos musicales. Entre los miembros de esa generación se destacó el joven compositor Tom Jobim que más tarde se convertiría en uno de los mayores compositores brasileños de nuestra historia musical (TINHORÃO, 1986).<sup>55</sup>

---

<sup>54</sup>El género musical definido como *brega romántico* utiliza letras sencillas y pobres que narran las desventuras sentimentales. Son canciones de fuerte apelo popular, principalmente entre las mujeres que se identifican con ese tipo de sentimentalismo.

<sup>55</sup> Ver, también sobre el tema CABRAL, Sergio, 1996..

El trabajo de estos jóvenes formó la base de la Bossa Nova, un movimiento musical surgido en Rio de Janeiro, que logró cambiar la concepción de la música brasileña, esencialmente influenciada hasta entonces por la samba. Con una visión más intelectual de los temas románticos, se volvió un ejemplo típico de música urbana, un reflejo de la modernidad que empezaba a instalarse en el país. Al bahiano João Gilberto se le otorgó el nombre de “el padre de la Bossa Nova”, pues él introdujo esa forma inédita y peculiar de tocar la guitarra, esa batida rítmica, con la que popularizó ese instrumento entre la clase media cuando apareció la nueva música.

Según Ruy Castro (1999) las características que identifican la Bossa Nova son:

- a) la temática de las músicas: amor en paz, la sonrisa, la flor, el sol, el mar, con una connotación afirmativa y optimista, como en los versos de Tom Jobim y Vinícius de Moraes - “Yo Sé que te Voy a amar” – muy distinta de la morbidez y el desencanto de - “Nadie me ama, nadie me quiere” de Antonio Maria, autor de músicas románticas de mucho éxito popular.
- b) la melodía es el principal elemento realizado en las canciones, de acordes bajos como en el jazz, para sacar sonidos de guitarra que contrastan con los producidos por los instrumentos de percusión generando una batida nueva.
- c) las músicas se cantan de forma suave, hacia dentro y bien bajo como si se susurrara al oído de una persona.

Con la llegada de la dictadura militar en 1964, el género evolucionó hacia una temática de protesta, el despertar de un horizonte mítico en el que el futuro tenía la promesa de la felicidad popular, oprimida y negada por el autoritarismo de las élites. Los nuevos ídolos, compositores y cantantes, eran golpeados por la censura. La generación de compositores que utilizaba las músicas como instrumento de denuncia, representaba la resistencia pacífica que expresaba el rechazo de la juventud a la falta de libertad personal que existía, entonces, en el país.<sup>56</sup>

---

<sup>56</sup> Chico Buarque, Caetano Veloso y Gilberto Gil se ven forzados a exiliarse debido a sus canciones, a pesar de no ser los más activos políticamente. Geraldo Vandré escribe la canción *Para no decir que no hablé de flores*, símbolo de resistencia de la época y censurada por hablar de las condiciones sociales del trabajador rural.

De esta forma, dentro del movimiento se produjo una ruptura en la manera de hacer música y se inició un tipo de música brasileña más intelectual, denominado MPB (Música Popular Brasileira). Ésta fue conocida y consumida en todo el mundo, y hoy representa la parcela de música nacional más culta y creativa. Sus principales nombres son Chico Buarque de Holanda, Gilberto Gil, Tom Jobim, Caetano Veloso, Djavan y muchos otros.

Cabe resaltar que, para algunos sectores de la intelectualidad nacional, los llamados nacionalistas, la Bossa Nova no poseía una expresión genuina brasileña ya que estaba inspirada en el jazz de origen norteamericano, y sólo tenía status de mera copia (TINHORÃO, 1986). Sin embargo, pese a haber sido inspirada por un producto extranjero, la nueva música logró, según muchos críticos, consagrarse como un marco en la cultura musical brasileña, por sus temáticas y por la originalidad de su producción melódica.

En la perspectiva de José Miguel Wisnik (1999), la Bossa Nova “es un arte moderno en la ironía y en la conciencia de los procesos de construcción (“Desafinado”, “Samba de uma nota só”) que ha tenido resonancias en sus armonías y en su batida, y ha generado las señales de un país capaz de producir símbolos de validez internacional (...) como son Brasilia, el fútbol campeón mundial y una música creativa que después se convertiría casi en un módulo industrial de sonido-aeropuerto (además de influenciar hasta hoy la música norteamericana y europea, del jazz al rock)” (WISNIK, 1999:121).

Siguiendo esta línea de raciocinio, es posible entender porqué la Bossa Nova conquistó a los músicos más eruditos: en esa expresión musical detectaron un esfuerzo de investigación sonora que rompía con los patrones del pasado y proponía un nuevo ritmo, una forma nueva de presentar las músicas y cantar - un canto “hablado”, diferente del “dolor de pecho” de la música brasileña de entonces. “La Bossa Nova presenta varios puntos de contacto con la música erudita de vanguardia postweberiana y, de modo general, con el Concretismo en el arte” (CASTRO, 1999).

Creemos que al utilizar el jazz como ritmo de fondo, no se ha americanizado la música brasileña, sino que se ha realizado el primer esfuerzo para hacerla

internacional. En el proceso de aculturación, las culturas en contacto – la brasileña y la norteamericana – han intercambiado contenidos exclusivos, lo que se puede traducir como un enriquecimiento para ambas formas musicales.<sup>57</sup>

## 2.4. LOS RITMOS DE LA JUVENTUD

En Brasil, las décadas de los años sesenta y setenta se caracterizaron por la consolidación del mercado de bienes simbólicos. La televisión entra en los hogares brasileños y es la protagonista absoluta: la generación de los años sesenta nació y creció con ella, razón por la que fueron llamados hijos de la televisión. El cine nacional se estructuró como industria en la década siguiente, y lo mismo ocurrió con la industria discográfica, la editorial y la publicidad. La industria discográfica asume una cara más profesional, inaugurando un mercado de música en que los productos juveniles, a ejemplo de lo que ocurría en otros mercados más consolidados, eran prestigiados en los lanzamientos, porque los jóvenes habían sido descubiertos como una grande masa consumidora de cultura musical (CORRÊA, 1986).

El montaje de un sistema de comunicación de alta tecnología funcionaba como un telón que escondía cualquier rastro de oposición a la dictadura. La censura no dejaba mucho espacio para el funcionamiento de manifestaciones culturales autónomas. Con relación al dominio del Estado militar sobre la cultura, Renato Ortiz afirma que éste reconocía en ella su poder de integración, hecho que debería ser estimulado, pero bajo el control estatal. “Las acciones gubernamentales poseen un carácter sistémico, centralizadas en torno al Poder Nacional” (ORTIZ, 1995:82).

La Bossa Nova, nacida en los años en los que se gestó la dictadura militar, tenía mucho éxito entre el público a principios de la década de los sesenta, pero era una música que llegaba más a los segmentos intelectualizados – jóvenes universitarios y clase media –, y no sensibilizaba a los adolescentes. El rasgo de rebeldía y de trasgresión social tan atractivo entre los jóvenes, no estaba presente en esa música sincopada y suave que brotaba del piano y de la guitarra. Por consiguiente, algunos jóvenes adeptos al rock y a los nuevos géneros más movidos

---

<sup>57</sup> Ver sobre *Bossa Nova*, CAMPOS, A. 1978.

que estaban conquistando el mundo juvenil desarrollado, se articularon y formaron un movimiento musical para expresar sus preferencias, popularizado con el nombre Jovem Guarda (MEDEIROS, 1984).

Ésta que surge como la primera manifestación musical de masas de la juventud brasileña, relacionada con las nuevas formas musicales que estaban siendo producidas en contexto desarrollado, parecía constituirse en una verdadera aventura, ya que nacía con la preocupación de introducir en el escenario brasileño el star system, similar al que funcionaba en el rock británico y norteamericano (MEDEIROS, 1984). En un escenario en que la industria discográfica funcionaba precariamente, en los años sesenta y setenta se asentaron las bases del moderno mercado musical que pasó a controlar los festivales de música, la industria de los discos y el sistema de divulgación de los cantantes y músicos, creando los primeros ídolos juveniles (CAMARGO, 1985).

El nuevo género musical naciente, llamado también Iê, Iê, Iê, pretendía seguir las tendencias del rock mundial y con este objetivo popularizaba versiones de éxitos ingleses y norteamericanos en portugués. Por otra parte, las canciones originales que producían los compositores locales, tenían como tema el universo cotidiano juvenil y contaban las bravatas de la juventud sin compromisos y sin responsabilidades sociales o políticas. Los integrantes de este movimiento eran gente sencilla del suburbio y de clase media, en su mayoría blancos. Los cantantes más famosos eran Roberto Carlos y Erasmo Carlos, y entre los cantantes, a pesar de su reducida presencia, se encontraban Wanderléia y Martinha, musas de la nueva manifestación musical (CAMPOS, 1978).

Los críticos más radicales como José Ramos Tinhorão (1984) repudiaron la nueva propuesta musical y la calificaron de “música primaria y antimusical” (CAMPOS, 1978). De hecho, la Jovem Guarda era un género producido por las discográficas, entusiasmadas con el éxito que tenía la música de Roberto Carlos sobre la juventud. Este artista se convirtió en el campeón de ventas con la música “Quero que vá tudo para o inferno”, tema que fue cantado en todo Brasil y atrajo a multitudes al auditorio de la TV Excélsior y TV Rio. Con el éxito del “Rey de la Jovem Guarda”, se monta una gran estrategia de divulgación en las emisoras de radio y televisión, patrocinada por la grabadora (FARIAS, 1993)

Otra expresión musical que apareció en ese período fue el Tropicalismo, un contrapunto a la Jovem Guarda, que sólo pretendía divertir y atraer multitudes, mostrando sin rasgos de intelectualismo, el cotidiano de la juventud brasileña. Este movimiento fue liderado por Caetano Veloso, Gilberto Gil, Tom Zé y Capinam, músicos bahianos de porte más intelectual que idealizaron una respuesta brasileña a la contracultura que imperaba en el mundo. Para algunos estudiosos la nueva pretensión musical tenía la grandeza de una verdadera revolución en la música brasileña, que necesitaba de una renovación que la tornase más auténtica, menos pasiva (CALADO, 1996).

El grupo tropicalista representaba, haciendo una comparación con la rebeldía de la juventud beatnick norteamericana, la “generación en trance”. Pretendía iniciar una contestación velada a la opresión política vigente en el país, a través del rechazo del orden autoritario establecido y del rescate de las raíces culturales nacionales, aludiendo al movimiento Modernista de los años veinte. Luiz Carlos Maciel (1996) ve en el Tropicalismo la influencia significativa del artista plástico Helio Oiticica, de cuya exposición los compositores tomaron el nombre y los fundamentos teóricos. El artista “radicalizaba en la teoría el proyecto de mezcla cultural y valorizaba lo genuinamente brasileño” (MACIEL, 1996:196).

En realidad, la juventud tropicalista deseaba rescatar la cultura brasileña, lo que la contraponía frontalmente a la música de la Jovem Guarda, que no tenía ningún compromiso cultural o social. Inspirada en la rebeldía hippie y en todas las formas de contestación que circulaban en los EE.UU. y Europa, el Tropicalismo afirmaba que “para la creación de una verdadera cultura brasileña, característica y fuerte, expresiva al menos, esa herencia maldita de la cultura europea y norteamericana tendrá que ser absorbida, antropófagamente, por las culturas negra e indígena de nuestra tierra, las únicas significativas, pues la mayoría de los productos del arte brasileño es híbrida, intelectual al extremo, vacía de un significado propio” (MACIEL, 1996:196).

La nueva forma de expresión musical se dio a conocer en el ámbito nacional en 1968, en el “Festival da Canção,” patrocinado por la Rede Globo, con las canciones: “É proibido proibir”, de Caetano Veloso, alusión clara al eslogan de los

jóvenes estudiantes de París, y “Questão de ordem”, de Gilberto Gil. En ese festival, la izquierda brasileña asumió una posición firme en contra del Tropicalismo, al no reconocer en sus mensajes contenidos de protesta política y por la apariencia hippie de los cantantes, una copia de la propuesta beatnick norteamericana.

“En las músicas tropicalistas se percibe que la historia aparece “sin un trazo lineal, sin teleología, lugar de una simultaneidad compleja en la que el sujeto no se percibe como portador de verdades (“nada en el bolsillo o en las manos”), ni distingue un camino; ella es el campo en que los contenidos recalados de una cultura colonizada saltan a la vista en su simultaneidad desnivelada” (WISNIK, 1980:16).

El Movimiento Tropicalista también recibió muchas críticas por parte del público: la sociedad de la época consideraba a los jóvenes de largas melenas inconsuetos que hacían canción protesta sin profundidad (CAMPOS, 1986:196). Su penetración en el gusto popular no fue significativa. Para los compositores más importantes, como Caetano Veloso y Gilberto Gil, éste no fue un período de gran repercusión en su carrera.

En vez de revelarse contracultural, el nuevo movimiento demostró ser un producto más de consumo rápido que no consiguió masificarse. No obstante, según José Miguel Wisnik (1980), no dejó de tener su importancia histórica ya que devolvió a la música brasileña universitaria, representada hasta entonces por la Bossa Nova, a su medio real, a la mezcla que compone nuestra cultura.

Pese a las críticas, fue claro reflejo del ambiente internacional de contestación cultural que dominaba en diversos planos, desde el político hasta el sexual, expresando la contracultura de los Trópicos, irreverente y anárquica. Podemos decir que es el precursor de la música pop nacional que surgiría en las décadas posteriores (FAVARETTO:1979).

En el contexto de Recife, la música mangue resucita el espíritu tropicalista, una de sus fuentes de inspiración, porque reconoce en él el deseo de resaltar los símbolos de lo que es genuinamente brasileño, de una forma desbocada. Cabe recordar, sin embargo, que la expresión contestataria tropicalista era producto de un contexto político autoritario, muy distinto al contexto en el que nace el movimiento *Manguebeat*, como veremos en el capítulo siguiente.

En la década de los setenta, la música hecha por la juventud brasileña empieza a asumir nuevos rasgos, caracterizados por el deseo de convertirse en un reflejo de la cultura pop y de su versión musical: el rock. La versión anglosajona, diseminada por todo el mundo influenciando los valores básicos asumidos por la nueva generación occidental, tiene su traducción brasileña en los años ochenta: el Rock Brasil. Esta nueva versión añadía al rock rasgos nacionales, ya que mezclaba el ritmo símbolo pop con otros ritmos de la música brasileña e introducía en las letras una temática de su cotidiano local.

La introducción de las guitarras eléctricas para producir los sonidos metálicos del rock, ha provocado el rechazo de un grupo de artistas e intelectuales nacionalistas. Esta actitud se materializa en un hecho público de protesta que contó con la participación de algunos artistas famosos como Elis Regina, Edu Lobo y Geraldo Vandré, iconos del movimiento MPB (Música Popular Brasileña) considerados más intelectuales. Mientras tanto, la intención no era propiamente posicionarse contra el uso de las guitarras eléctricas, sino contra la invasión de las formas extranjeras en la música brasileña: “Temprano, los músicos y periodistas que protestaron percibieron su equívoco cuando los instrumentos eléctricos se introdujeron masivamente en la música brasileña, ampliando los horizontes musicales” (CALADO, 1996:108). <sup>58</sup>

Es conveniente afirmar que esta traducción local del rock representaba las experiencias y aspiraciones juveniles, y desde sus comienzos, mantuvo una gran distancia con relación a los intentos anteriores de producir música de vanguardia, representada por el Tropicalismo y la Jovem Guarda. Estos productos musicales, creados por la juventud de los setenta, que inicialmente se revelaron como meras copias de la música hecha en los países desarrollados, lograron cierta importancia ya que hicieron que el rock, en sus variadas formas, fuera familiar al joven público. Este se acostumbró a consumir los productos discográficos, con lo cual se creó un fuerte mercado discográfico nacional, y preparó segmentos juveniles para una versión musical pop, con carácter de contemporaneidad.

---

<sup>58</sup> Ver también, LEÃO, Tom, 1997.

En los años ochenta, en el ámbito mundial, el rock diversificó sus estilos y se orientó a un grupo social que iba ganando espacio público y legitimidad social, y constituía una importante fracción del mercado: los negros, las mujeres y los homosexuales, además de los jóvenes. Para corresponder a esa demanda, las discográficas se pusieron manos a la obra para descubrir nuevas bandas musicales.<sup>59</sup>

En el escenario musical global, las producciones nacionales con peculiaridades culturales fueron denominadas World Music, con relación a la transnacionalización de referencias culturales mezcladas y consumidas a escala mundial. En Brasil, la réplica del pop-rock se identificada con la juventud de los años ochenta, período en el que ocurrieron cambios políticos en el país en los cuales participaron muchos jóvenes. Estamos hablando del movimiento para la democratización de las instituciones, que se alcanzó en 1985, logrando restablecer las elecciones a presidente, de sufragio universal directo.

En el mercado brasileño, esa época representó el nacimiento de la versión musical del pop nacional, que llegó a conquistar al joven mercado consumidor de rock'n'roll producido en los EE.UU. y Reino Unido. La nueva versión tupiniquim parecía tener más madurez que la no muy original fórmula llevada a cabo por los movimientos anteriores, como la Jovem Guarda y el Tropicalismo. La primera por ser sólo una copia y la segunda por no conseguir motivar al público más popular, por el intelectualismo de su compromiso ideológico. La nueva música que puede ser considerada la percusora del pop nacional fue denominada Rock Brasil y abarcó una multiplicidad de estilos y de formas. En las producciones de esos grupos se observa una riqueza enorme de estilos musicales, en los que el funk y el reggae se mezclan con la samba, que comparece con su percusión característica. Las bandas musicales aspirantes a estrellas, han nacido en diferentes lugares del universo juvenil brasileño. Las de más éxito son: Kid Abelha, Capital Inicial, Titãs, Barão Vermelho, Legião Urbana, Paralamas do Sucesso, Lobão, Plebe Rude, Camisa de Vênus, Ultrace a Rigor, Biquine Cavadão y Engenheiros do Havaí.

El Rock Brasil estaba marcado por una gran explosión de creatividad, expresión de una juventud urbana de clase media. Rio de Janeiro, protagonista

---

<sup>59</sup> Sobre el Rock , ver entre otros, FRITH,S. 1981,CALADO,Carlos,1995, DAUFONY,P. 1972, CORRÊA, Tupã, 1989 y

una vez más en la historia de la música brasileña, es el lugar donde se desarrollan las primeras manifestaciones de las bandas roqueras, en su mayoría venidas de Brasilia (Legião Urbana, Paralamas do Sucesso), la ciudad brasileña del futuro, y de São Paulo, (Titãs y Ultraje a Rigor) centro económicamente dominante. Siguiendo la tradición y en busca del éxito, los grupos se trasladaban al cobijado mercado del eje Rio-São Paulo ya que estaba cerca de las discográficas, de los medios de comunicación más representativos nacionalmente y de espacios alternativos que albergaban un público fiel. Muchas de las bandas citadas se dieron a conocer en la presentación de espectáculos dentro de espacios como el Circo Voador (FARIAS, 1993).<sup>60</sup>

La poderosa Rede Globo, sensibilizada con el éxito del Rock Brasil, incluyó a los roqueiros en series orientadas al público juvenil, como “Armação Ilimitada”, serie que mostraba las prácticas de la juventud, como el surf, estilos de vida alternativos y la música pop, así como el programa musical infantil “Plunct, placa, zum”, cuyos personajes eran cantantes y músicos.

Como dijo Arthur Dapieve (1995), esta nueva juventud de clase media que mostraba su arte al mundo a través de su música, era heredera de la dictadura, tenía más consistencia intelectual y menos preocupaciones políticas. Los temas más recurrentes de las canciones hablaban de la opresión cotidiana, de sus dudas existenciales y asumían un estado marginal individualista - hedonista, en donde eran frecuentes las alusiones a la libertad como valor primordial, al sexo libre, al consumo de marihuana y al surf, elementos que integraban el cotidiano juvenil del fin de siglo.

En sus conciertos, los grupos presentaban una estética radical, teatral, de largas melenas, ropas y aderezos extravagantes, y comportamientos transgresores que reflejaban un estilo de vida pregonado en sus canciones. La generación de los ochenta inauguró el tiempo de las tribus en Brasil, “generación preocupada por la fiesta, por la celebración de estar juntos y por la alegría” (FARIAS, 1993:103).

---

McGOWAN, Chris Ypessanha, Ricardo, 1991.

<sup>60</sup> *Circo Voador* es un espacio de creación alternativa en Rio de Janeiro. Un antiguo circo que fue restaurado para hacer una casa de espectáculos musicales y teatrales. En él, los jóvenes artistas se dan a conocer.

Uno de los artistas más emblemáticos de este estilo musical fue Cazuza (Agenor Miranda de Araújo) Sus letras influenciaron a toda una generación, pues expresaban la búsqueda de identidad, razón por la cual quiso experimentarlo todo, hasta morir, muy joven, de SIDA. Sus canciones expresaban, por un lado, denuncias sociales (“os meus heróis morreram de overdose” (alusión a Jimmy Hendrix y Janis Joplin) / meus inimigos estão no poder (el gobierno autoritario) / Ideología, eu quero uma para viver) y por otro, trataban de dar respuesta a sus problemas personales (FARIAS, 1993:106).

“Cada persona se entrega a sí mismo en la posmodernidad y cada uno sabe que tener sólo este interlocutor es muy poco” (LYOTARD, 1994:28). La soledad fue un tema muy frecuente en las letras de otro ídolo de la juventud de los 80, Renato Russo, del grupo Legião Urbana, cuyas músicas se siguen escuchando hoy en día, después de su muerte. La denuncia del fracaso de las instituciones brasileñas y de la sociedad de consumo, también eran temas recurrentes:

“Cuando nacimos fuimos programados para recibir  
lo que ustedes nos imponían/ como los enlatados  
made in USA, de nueve a seis /  
Desde pequeños nosotros comemos basura/  
comercial e industrial/ Pero, ahora llegó nuestro  
turno/ Vamos a vomitar la basura encima de  
ustedes/ Somos los hijos de la Revolución/ somos  
burgueses sin religión/ nosotros somos el futuro de  
la nación/ Generación Coca-cola/”(RENATO  
RUSSO, letra de la canción “Geração Coca-cola”)

Las letras de Russo retoman el discurso antiimperialista, en vigor en los años cincuenta /sesenta, en plena época de redemocratización y de permisividad de las costumbres, en Brasil, modificado por la introducción de la perspectiva individualista de la angustia que se adecuaba al estilo de la generación actual, en el que se percibía una rebeldía inocua. Renato Russo fue el ícono de la juventud de esos años y continúa siendo una referencia para los jóvenes brasileños del fin de siglo, pues mantiene un aura de mito que representa a la juventud posmoderna, solitaria y sin esperanza (DOLABELLA, 1987).

## **2.5. LA INDUSTRIALIZACIÓN DE LOS SONIDOS POPULARES**

Con el objetivo de orientar al lector sobre la diversidad de la música brasileña, nos parece necesario mencionar dos aspectos que asume la cultura musical, según los ambientes socioculturales en los que se crea: de un lado está lo que llamamos música urbana y del otro la música rural. Nacen en ambientes bien característicos y diferenciados cuyas relaciones establecen, principalmente en la temática utilizada, alteridades significativas. La evolución de la comunicación de masas en Brasil, principalmente de la televisión, el medio más influyente, provoca la circulación de contenidos uniformes, con lo cual esas expresiones auténticamente brasileñas se funden y son consumidas por la audiencia indistintamente en las dos realidades.

En los años setenta, como ya comentamos anteriormente, la música popular – conocida como MPB - se producía en las ciudades y se difundía por todo el país, a través de los festivales televisivos que movilizaban a la audiencia nacional. Estos festivales nacieron en los años sesenta y setenta motivados por el éxito de la Bossa Nova en todos los escenarios en los que se presentaban cantantes como Elis Regina, Carlos Lira, Vinicius de Moraes, Sergio Valle, Francis Hime y muchos otros. El primero lo organizó el productor Solano Ribeiro, de la Televisión Excelsior y la canción ganadora “Arrastão”, una canción de Edu Lobo y Vinicius de Moraes interpretada por Elis Regina, la mayor cantante brasileña de todos los tiempos (CASTRO, 1999:368) La Rede Globo de Televisión siguió promocionando estos eventos y su mayor mérito fue la revelación de numerosos valores nacionales.

Paralelamente a esta música urbana considerada erudita por sus mensajes político ideológicos, que ocupaba su espacio en la industria cultural, se producía otro tipo de expresión musical que resaltaba el lado rural y tradicional brasileño. Se trataba de la música sertaneja, oriunda de la cultura popular no letrada, que asumía diversos patrones de acuerdo con la región geográfica y cultural en la que tenía su origen - el forró, <sup>61</sup> en la región Nordeste, la toada minera en Minas Gerais

---

<sup>61</sup> El *forró* es una corruptela de la expresión inglesa *for all*. Los soldados norteamericanos, durante la Segunda Guerra Mundial, llamaban así a las fiestas populares en las que la gente sencilla de las ciudades nordestinas de Natal y Recife se divertían, y en las que participaban democráticamente personas de todos los orígenes sociales. Los EE.UU. utilizaban estas ciudades como centro de operaciones, debido a su localización estratégica. A demás de esas formas de música *sertaneja*, es decir, música rural, en São Paulo

y la música caipira, en São Paulo. <sup>62</sup> Estos géneros, con relación a su dinámica y a su tradicionalismo, no siguen la lógica evolutiva de la cultura de las élites ni se someten a las exigencias de la industria cultural, ya que conocen bien los deseos del público que cultiva las tradiciones.

La música sertaneja se convierte en la auténtica música popular, pues en ella emergen los rasgos de las complejas raíces de la cultura nacional. Por su carácter simbólico, asume las particularidades comunes al cotidiano del pueblo de cada región, lo que resulta en una riqueza de multiplicidad (LUYTEN, 1999). En sus distintas manifestaciones se vislumbra la misma alma nacional múltiple y diversificada, resultado de interacciones y oposiciones históricas en el tiempo y en el espacio (BOSI, 1995). La divulgación de la realidad social de la zona rural nordestina en las demás regiones del país tuvo su inicio a través de la música, cuando las discográficas descubrieron la poesía popular de Luiz Gonzaga, cantada desde la década de los cuarenta, con mucho éxito.

La vida del ser humano en las *caatingas* <sup>63</sup> sertanejas aparece muy bien retratada en un largo repertorio de obras maestras, como por ejemplo las canciones “Asa Blanca” y “Assún Preto”, reconocidas como legítimas expresiones de la cultura nacional.<sup>64</sup> Estas canciones, además de mostrar y denunciar las disparidades ocasionadas por el desarrollo desigual entre la región Nordeste y las demás regiones brasileñas, querían afirmar la importancia de la cultura local. La población nordestina sufría la dominación económica de los terratenientes que controlaban la mayor riqueza – la tierra – y se mantenían en condiciones de pobreza absoluta, sin tierras, sin rentas y sin esperanzas, marcada por una religiosidad mesiánica. La situación de la región se agravaba más todavía por la sequía que, de forma cíclica, provocaba la destrucción de su economía.

---

se puede localizar versiones de esas prácticas musicales del pueblo simple de las zonas rurales. El *repente*, especie de desafío en forma de versos que los poetas populares, tocando la viola hacen entre sí, es una manifestación cultural que se reproduce en varias regiones del país. En la región Nordeste, asume en nombre de *embolada*, con versos cantados que son creados de improviso. Por eso, también es llamada de *Repente*. Una de las características más representativas de la música *Manguebeat* es la utilización de forma propia de cantar – hablando los versos, de forma rápida, sin paradas entre ellos – .

<sup>62</sup> La *toada minera* es uno de los nombres que recibe la música rural, definida como *caipira*, composiciones hechas para el gusto de personas sencillas que valorizan las cosas del campo. Es una música que refleja el ambiente rural, con profundo lirismo y sentimentalismo, y tiene unos compases lentos y característicos.

<sup>63</sup> *Caatinga*. Nombre que se le da a la vegetación característica de la zona del *Sertão* del Nordeste, y con el que se denomina, también, a la región.

Esta clase de denuncia artística se extendió también al cine, impulsada por el deseo de crear producciones con un lenguaje genuinamente nacional. El movimiento cinematográfico denominado Cinema Novo fue portavoz del discurso nacionalista y confirmó la creatividad de algunos directores como Glauber Rocha (“Deus e o Diabo na Terra do Sol”), Nelson Pereira dos Santos (“Vidas Secas”) y Ruy Guerra (“Os Fuzis”). Estas películas, de naturaleza básicamente ideológica, mostraron al mundo la situación miserable de la sociedad rural brasileña.

No obstante, a pesar de esa importante divulgación internacional, sólo se logró “una identidad cultural congelada” (FIGUEIRÔA, 1999:57). Según Alexandre Figueirôa (1999), la divulgación por la vía del cine del universo nordestino creó, en un primer momento, la representación estática de una imagen de retraso y de dependencia de los estados de la región, dentro del país y en el exterior. Esta imagen se cristalizó en el imaginario nacional e internacional y ha quedado reflejado cuando los intelectuales han manipulado el arte y lo han usado como instrumento de transformación social. Los temas más explotados, en el cine y en la música, eran el éxodo de la población rural en dirección a las áreas urbanas, en busca de días mejores, y la religiosidad mezclada con la necesidad de supervivencia. Este rasgo característico del Nordeste hizo que aparecieran los beatos, tipos humanos que hacían proselitismo de la religión en forma de fanatismo y revelaban la herencia folclórica ibérica que originó movimientos culturales como el Regionalismo y el Armorial (FIGUEIRÔA, 1999).<sup>65</sup>

En las composiciones de Luiz Gonzaga estaban presentes estas temáticas y la exaltación de la cultura popular de la región del Nordeste. Con el reconocimiento de su valor artístico, la música sertaneja, que entre otros ritmos se utiliza del forró, dejó de ser simple folclore regional y fue considerada música nacional. Políticamente, los movimientos artísticos mostraron la verdadera cara del Nordeste, antes que las demás regiones del país. Es increíble ver cómo el forró, ahora en nuevo formato, está presente con mucho éxito en los bares de moda de São Paulo y Rio de Janeiro, creándose en torno a él una industria de moda, de ropas y de

---

<sup>64</sup> Assun preto es un pájaro grande, de plumaje negra, que emite sonidos musicales y que es un espécimen típico del Nordeste.

<sup>65</sup> El Movimiento Armorial fue creado en la década de los setenta por Ariano Suassuna, en Recife, con la intención de acentuar las influencias ibéricas en la cultura popular local, y adornándola con características de cultura erudita. El Movimiento Regionalista surge en Pernambuco como una repercusión del Modernismo brasileño, de la década de los años veinte, que surgió en São Paulo. En 1926, Gilberto Freyre lanzó el Manifiesto Regionalista que proponía valorizar las raíces culturales brasileñas, pero, según JACKS, Nilda, 1996, el autor sólo tenía la intención de preservar tradiciones de una región económicamente retrasada y prestigiar las oligarquías decadentes que se nutrían de la miseria regional.

adornos para danzar el forró. Es el género musical más nuevo y original de la actualidad, en igualdad con el rock, y atrae a mayores y jóvenes (VEJA, 2000).

Los cantantes originarios del Nordeste, incluso los que no introducen este ritmo en su música, son muy bien aceptados en los medios de comunicación de masas y en las casas discográficas internacionales. Como símbolos de aceptación nacional, podemos citar a Alceu Valença, Lula Cortez y Dominguinhos, de Pernambuco y Fagner, de Ceará. Estos artistas son todos de la generación de la década de los setenta y en sus composiciones introducen la temática del simbolismo tradicional que ha vuelto peculiar una imagen estereotipada del Nordeste.

Actualmente, varios autores e intérpretes de la nueva generación, con renombre nacional e internacional, escriben con un estilo más moderno la música nordestina e introducen temáticas nuevas y más actuales sobre la realidad local. Entre estos artistas los de Pernambuco, que son responsables por nueva imagen de la región, citamos a los representantes de la música Manguebeat que empezaban a conquistar el “Sur-maravilla”.<sup>66</sup> El grupo musical de forró pé de calçada, <sup>67</sup> Mestre Ambrosio, obtuvo un éxito considerable en São Paulo, y los artistas pernambucanos Lenine, Otto, o los grupos Nação Zumbi y Mundo Livre, lograron el reconocimiento de la audiencia del centro de mayor repercusión del mercado nacional (Rio de Janeiro y São Paulo) (DP, 08.07.2000: 4). Es lo que afirma el crítico de música popular local, hablando sobre la repercusión de la música Manguebeat, a nivel internacional, en los finales de los años noventa:

“En el verano europeo donde sólo se escuchaban las bandas de Axé music, hoy se escucha a un artista como Lenine, a una banda musical como Cascabulho, del mismo modo como ya escucharon a Chico Science & Nação Zumbi. Lenine incluso logró colocar su primer CD en el hit parade del World Music de Europa” (TELES, 2000:1C) .

---

<sup>66</sup> *Sul maravilha* es una expresión usada en el Nordeste para designar el eje Rio - São Paulo y que al ser el centro más desarrollado del país, representaba el dorado para los nordestinos. Actualmente, continúa siendo el centro de mayores oportunidades para los artistas.

<sup>67</sup> El forró tradicional denominado *forró pie de sierra* nace en las ciudades del interior, y tiene una temática rural. Con la versión urbana del grupo Mestre Ambrósio, surgió la denominación *pie de calzada*.

Esta nueva manera de retratar la realidad nordestina, identificada como espacio de modernidad – mundo, refleja para otras regiones brasileñas una imagen diferente de la que fue “congelada” en las décadas anteriores, que era de miseria, ignorancia y subdesarrollo. Un Nordeste paradisíaco es lo que muestra la representación simbólica del turismo, que destaca sólo las bellezas naturales, las playas, el clima ameno de la región (FIGUEIRÔA, 1999).

Esta música peculiar a la gente simple del campo, al tornarse producto de masas, siendo apropiada por la industria discográfica, que la sofisticó, produce los cantantes que se presentan en espectáculos de gala en los que se suelen utilizar recursos tecnológicos los más modernos. Las discográficas, reconociendo el potencial del mercado representado por las personas que viven en las zonas rurales, principalmente en las regiones Nordeste, Centro Sur, especialmente del interior de São Paulo, y Sur. Los dúos sertanejos modernos, como Zezé de Camargo y Luciano, Chitãozinho y Chororó, y cantantes como Leonardo y Daniel, son campeones de ventas y figuras habituales en la programación televisiva, principalmente de la influyente Rede Globo. La característica principal de esos dúos es el uso simultáneo de una voz alta y otra muy baja, y con el éxito en el mercado de los primeras duplas han proliferado muchas otros, algunos de ellas de talento dudoso o de aceptación apenas local.

Otro género musical nordestino, de mucho éxito entre la clase popular, es la música conocida como brega (hortera), que a ejemplo de los boleros, de fondo musical primario, habla de traiciones, de penas del corazón, temas de amor dramático tan comunes en la música de México. Pernambuco produce y consume este producto cultural desde hace mucho tiempo, y su mayor representante es Reginaldo Rossi, personaje que durante muchas décadas era conocido apenas a escala regional. Tras ser descubierto por el mercado discográfico brasileño, este cantante se dio a conocer en todo el país y se consagró como nuevo ídolo nacional. Su público está formado por los segmentos populares, aunque también por gente letrada de clase media que se emociona y se identifica con las tragedias amorosas cotidianas de sus canciones.

La riqueza de formas musicales brasileñas propicia el hecho que, algunas de las que forman parte del folclore de una provincia o región más aislada, se den a conocer nacionalmente, bajo el patrocinio de la cultura de masas que promueve su masificación o, como mucho, las divultan por todo Brasil. Un ejemplo reciente de ello es el ritmo denominado de Carimbó. Este baile de origen indígena muy popular entre la gente sencilla del interior (los caboclos) de los estados de Pará, Amazonas y Maranhão, se popularizó en las salas de baile a través de los medios de masas cuando fue lanzado en el mercado discográfico brasileño. Su ritmo y su coreografía se asemejan al del coco (ritmo originario de las zonas del litoral nordestino), pero se baila en parejas que se forman en una rueda en la que los hombres entran y escogen sus pares. Este es sólo un ejemplo más de baile brasileño que enriquece los folclores regionales y que de forma episódica, la industria fonográfica divulga al descubrir un mercado potencial. Hoy en día, podemos decir que la cultura musical brasileña como un todo ha alcanzado una gran madurez. Aunque las producciones artísticas y de entretenimiento, como las producciones de la música pop de la industria cultural brasileña, acompañan las tendencias del patrón global divulgado e impuesto principalmente por el mercado anglosajón (léase el norteamericano y el inglés), se les ha añadido peculiaridades típicamente tropicales, como la sexualidad explícita, con lo que se ha obtenido una auténtica *carnaivalización del pop*.

A lo largo de los años, los artistas brasileños rompieron la barrera del anonimato internacional y globalizaron su música. Un claro ejemplo de esta realidad fue el descubrimiento de la música de Tom Jobim por el mundo del espectáculo norteamericano, en el que ingresó como compañero de Frank Sinatra en discos de éxito (CASTRO, 1999). También se apunta como ejemplo, en las últimas décadas, la presencia de artistas brasileños en el mercado musical global como Gilberto Gil, Caetano Veloso, Milton Nascimento, entre muchos otros. La concesión de premios en el Festival de Montreux y del premio Grammy a varios de estos artistas en los últimos años, demuestran el reconocimiento internacional de la música brasileña.

Actualmente, las grandes multinacionales siguen haciendo productos desechables, de acuerdo con la lógica del mercado que orienta este comercio. Hoy, estos grupos adquieren una dimensión global de entretenimiento integrado “que incluye la televisión, el cine, las discográficas, las redes de conciertos y, más

recientemente, Internet, el cable difusión y el satélite difusión". Estas empresas conforman la fusión de varias en seis grandes grupos llamados los majors, y dejan a las grabadoras independientes, las indies, tan sólo un 10% del mercado global (YÚDICE, 1999).

Este modelo de monopolio también se reproduce en el competitivo mercado brasileño de música. A veces, muchos artistas con auténtico potencial no quieren someterse a las exigencias del mercado que dictan las discográficas, huyen de ese control y procuran negociar con producciones independientes, aunque con poco éxito, porque en su actitud también abdicán del espacio de publicidad en la media.<sup>68</sup>

Con el cambio de siglo, la música brasileña afirma su identidad y continúa revelándose polifacética. Por un lado, tiene personalidad y un semblante intelectual, representado por los compositores de la MPB, parte integrante e histórica de la música brasileña, como ya hemos comentado. Por otro lado, está la música de consumo fácil, al gusto de las clases iletradas, que destaca por una deplorable pobreza de temas, a falta de imaginación creativa, con alusiones groseras a la sensualidad y al sexo. Estos productos no poseen calidad artística y permanecen poco tiempo en la media. Sin embargo, tienen la comercialización garantizada y son aceptados por la industria discográfica debido a las ganancias.

En la región Sudeste (Río de Janeiro y São Paulo), en fines de los años noventa, surgió un tipo de música de baja calidad artística que ha ido invadiendo con creciente frecuencia la intimidad del público debido a la masificación impuesta por los medios audiovisuales. A principios de esta década de noventa surgen los grupos de pagode<sup>69</sup> que ofrecidos por la media, acaban en el gusto popular e invaden las radios y las salas de diversión, convirtiéndose en el estilo musical preferido de las ciudades brasileñas. Esta versión de la samba, música típica de las clases populares, logra imponerse en locales de diversión más requintados. Estos grupos

<sup>68</sup> El cantautor Lobão es un ejemplo de que los artistas pueden romper la dominación de las grabadoras y tener éxito. En su rebeldía, resolvió producir y distribuir un disco compacto independiente, junto con un producto comercial y ya ha vendido más de cien mil copias del CD "A vida é doce" (DP, 11.07.2000:D1). Internet, a través del archivo MP3 cuyo acceso permite al usuario escuchar las canciones de los principales artistas, es otro avance que puede destruir en un futuro próximo el poder de las grabadoras sobre los artistas. Marcelo Boscoli es otro ejemplo. Hijo de la gran cantante ya fallecida Elis Regina, creó la discográfica nacional *Trama*, y se disputa el mercado nacional con las grandes multinacionales.

<sup>69</sup> Una versión de la *samba* que hace alusión a la música producida por los negros, en no inicio del siglo XX, como comentamos anteriormente, del cual nace la *samba*. Esta versión comercial pretende ser aceptada por personas de todas las clases sociales, con un ritmo lento y sincopado, una melodía pobre y letras sin creatividad que hablan de amor, sexo y traición.

están compuestos por jóvenes negros que usan trajes formales y caros, muy adecuados para atraer al público de élite. Hasta hoy sólo han aparecido grupos formados por hombres, entre los cuales podemos citar a Catinguelé, Companhia do Pagode y Só para Contrariar.

Las discográficas no se limitan a producir artistas, sino a crear ritmos de éxito entre el público que la televisión y la radio ayudan a masificar. El Axé-music, género musical nacido en Bahía, es uno de ellos, que en el fin de la década de noventa, se hizo popular de la mano de numerosos grupos con las mismas características: cantantes masculinos negros y bellas bailarinas que, con ropas reducidas, bailan sensualmente un tipo específico de coreografía que pone en evidencia algunas partes de su anatomía.

Desde el punto de vista sociológico podríamos afirmar que estos grupos, quizás de manera inconsciente, intentan rescatar el mito tradicional de la mulata brasileña como ícono de consumo de la audiencia nacional e internacional. Sin embargo, observamos que han introducido un nuevo componente. Uno de los grupos que actualmente vende más discos en el mercado brasileño – É o Tchan do Brasil - y cuya música tiene gran divulgación en la media, incluyó entre los bailarines – originalmente una mulata y un negro – la figura de una rubia. Este cambio fue el mayor éxito del grupo y empezó a ser rápidamente imitado.

El motivo para introducir la figura de la bailarina rubia puede atribuirse a un intento subalterno de blanqueamiento <sup>70</sup> de estos grupos, con el objetivo de captar el mercado de la clase media blanca. Aunque se traduzca como una estrategia de marketing, tal procedimiento supone un retroceso en la afirmación de la identidad negra y una actitud que propone el reconocimiento del negro como elemento subordinado en la sociedad blanca nacional. La estrategia del grupo É o Tchan, también puede ser interpretada como una táctica para conquistar el mercado global, tratando de contextualizar la temática de sus letras en escenarios internacionales, como Japón y EE.UU. Las dos primeras incursiones internacionales del grupo fueron Hawái y Tokio. Las presentaciones en Oriente tuvieron como mayor atracción la canción al estilo desbocado brasileño dedicada al

---

<sup>70</sup> Referencia a una idea propagada en los primeros tiempos de la colonización, que incentivaba a los blancos a mantener relaciones sexuales con las negras o con las nativas para “mejorar” la raza, ya que el bajo porcentaje de blancos haría de Brasil una sociedad de negros. Esta idea, de inspiración racista, ha sido defendida por varios autores brasileños, incluso por Gilberto Freyre,

“japonés que quiere amarrar el tchán (alusión a los genitales de la mujer) de la rubia y comer sushi” (otra alusión erótica al cuerpo de las bailarinas, asociada a símbolos consagrados de la cultura japonesa)

El *Axé-music*, mezcla de *samba*, *batuque* y *frevo*, surge inicialmente como música carnavalesca tocada por los tríos eléctricos.<sup>71</sup> Este género se difundió por todo el país y se afirmó como un nuevo estilo musical. Estos grupos oriundos de Bahía, lugar en el que predomina la cultura negra con un fuerte apego a sus manifestaciones culturales, reciben el apoyo institucional del Estado y de la élite local, pues la cultura popular simboliza una faceta cultural, un artículo de consumo para los turistas y una marca publicitaria de la ciudad de Salvador, su capital. No obstante, estas formas musicales se distancian en realidad de las raíces tradicionales nordestinas, y caracterizan otra cara de una cultura regional que ofrece muchas versiones.

## **2.6. LAS FORMAS MUSICALES DE LA CULTURA POPULAR DE PERNAMBUCO**

Pernambuco es marcado por una rica diversidad de manifestaciones de cultural musical popular representadas por muchos tipos de ritmos. Haremos un recorrido superficial por algunas de estas representaciones musicales, solo sobre las tienen más presencia en la música Manguebeat, objeto de nuestras preocupaciones en este estudio.

El frevo es el ritmo que mejor representa a Pernambuco en las otras regiones: es como un ícono de la cultura local. Ninguna otra expresión rítmica representa mejor la región y marca el carnaval de Recife y Olinda. Cuando es tocado en las calles, atrae las personas que se contagian con su energía que sugiere el baile. Otro tipo de música que también es típicamente pernambucano es el forró, que es bailado en los salones, principalmente en las fiestas de San Juan. A estas formas de música popular son aficionados públicos de todas las clases sociales y de todas

---

en su libro *Interpretação do Brasil* (1978).

<sup>71</sup> *Tríos Eléctricos* son llamados los enormes camiones dotados con bafles de fuerte potencia que recorren las calles de las ciudades durante el Carnaval, y sobre los cuales hay grupos cantando en vivo y en directo.

las edades, incluidos los jóvenes, ya que están actualmente divulgadas por la industria discográfica y por la radio.

La expresión popular del frevo se debe a ser una música alegre y frenética que se baila siguiendo una coreografía típica, en la que se utiliza un pequeño paraguas colorido que da apoyo a los pasos del baile. En los días de Carnaval, su melodía contagia e incita a las personas a participar de la alegría de sus acordes extraídos de instrumentos metálicos de viento y de percusión. Todos se contagian con las composiciones ligeras, vigorosas, de acordes estridentes que inducen al baile, y son el simulacro de una integración social real de clases y de etnias (DA FONTE FILHO, 1999). El baile tiene características que sigue una coreografía típica, con los pasos (*dobradiça*, *parafuso*, *rabo de arraia*)<sup>72</sup> que admiten también las improvisaciones de los bailarines. Hasta los días actuales el frevo cuando es tocado en las calles continúa atraer verdaderas oleadas de gente que baila y salta sincrónicamente.

Hasta la década de los años treinta, el frevo recibió profundas influencias de la música militar, ya que nació de la evolución de las bandas militares que existían en la ciudad, en 1907, al igual que la modinha, el maxixe, el tango argentino y el pastoril.<sup>73</sup> Los cambios en las características originales del ritmo se produjeron por la proximidad con otros estilos de música, haciéndolo más ágil, con pasos más acrobáticos y personales. Los responsables de la modernización melódica y rítmica fueron, en un primer momento, los maestros pernambucanos Nelson Ferreira y Capiba y, más recientemente, José Menezes y Duda (VALENTE, 1988).

Durante el Carnaval el ritmo es el blanco de la masificación que se impone a la cultura. A ejemplo de las Escuelas de Samba de Rio de Janeiro y São Paulo, aunque a escala mucho más reducida, los clubes de frevo desfilan en una pasarela para disputar un trofeo. El local en el que desfilan es sólo para los que pueden pagar y el pueblo se contenta en seguir de lejos a su agremiación preferida. Los clubes visten a sus componentes con lujosas ropas que recuerdan a las de las cortes reales europeas. Algunos de los clubes de frevo más famosos son: Clube

<sup>72</sup> *Dobradiça*, significa bisagra, *parafuso*, lo mismo que tornillo y *rabo de arraia* es la cola de arraia (un tipo de pescado que con su gran cola ataca a quien se acerca de él). En el lenguaje popular, tiene el significado de: golpear el adversario en una lucha.

<sup>73</sup> *Maxixe*, ver nota 26. *Modinha*, música romántica que tiene origen en Rio de Janeiro a inicios del siglo XX. *Pastoril*, auto típico de Navidad que usa una música alegre interpretada con instrumentos de percusión.

Leñadores (leñadores), cuyo símbolo es un machado; Clube Vassourinhas (escoba pequeña para barrer) , cuyo símbolo es una escoba y Clube das Pás Douradas (palas doradas), cuyo ícono es una pala.

Otro tipo de agremiación que aún tiene el tradicional espíritu democrático del Carnaval es la troça, club de barrio que sale a la calle sin mucha preparación y con el objetivo único de divertirse. Las personas se van incorporando a su paso, contribuyendo con su alegría. Algunas de las troças más famosas son “Cachorro do Homem do Miúdo”, en Recife, y “O Bacalhau do Batata”, que sale a la calle la mañana del Miércoles de Ceniza, cuando termina el Carnaval, y arrastra a las personas que desean prolongar la fiesta (VALENTE, 1988).<sup>74</sup>

El frevo es la manifestación cultural que nació como expresión de la clase popular urbana de Recife, y se convirtió en el símbolo de identidad cultural de Pernambuco. Representa la cohesión social, la síntesis de los elementos étnicos presentes en la cultura brasileña, así como la expresión de la cultura local con características propias. Los jóvenes compositores pernambucanos de música manguebeat utilizan el frevo en sus canciones, lo rescatan de la cultura brasileña, y contribuyen para darlo a conocer en todo el país, por las nuevas generaciones.

La modernización del *frevo* definió tres estilos distintos, caracterizados por un ritmo más o menos frenético: *frevo de rua* (frevo callejero) - exclusivamente instrumental, - *frevo de bloco* (frevo de bloque) - que se caracteriza por el uso de instrumentos de cuerdas y de viento, y frevo canción - en el que destacan las letras románticas.<sup>75</sup>

Como ya mencionamos antes, el frevo sólo era tocado y divulgado en los otros estados brasileños durante la época de Carnaval. El mercado brasileño empezó a consumirlo en la década de los ochenta, cuando cantautores ya consagrados, como

<sup>74</sup> *Cachorro do homem do miúdo*. La expresión significa: *Perrito del hombre que vende vísceras* y hace referencia a los vendedores ambulantes que venden productos en los barrios y que tornan figuras populares del ambiente urbano de Recife en las primeras décadas del siglo pasado. Otro personaje incorporado al folcloré del Carnaval de Recife y Olinda es Batata (patata), un camarero que no podía divertirse durante el Carnaval, pues tenía de trabajar y, para no perder la fiesta, en el miércoles de ceniza, por la mañana, salía de los bailes conduciendo un trozo de bacalao como estandarte. A esta *troça* tardía de los camareros se juntaban muchas personas. El cortejo pasó a ser conocido como “Bacalao de Patata”, tornándose una tradición del Carnaval de Olinda y hasta hoy día sigue saliendo a la calle cuando termina la fiesta, mismo sin la presencia de su fundador que ha muerto hace tres años.

<sup>75</sup> Sobre el tema ver Waldemar Valente (1988), ANDRADE, Mario de Moraes, 1982, CÂMARA CASCUDO,Luis da (S/D), REAL,Katarina, 1979 y SOUTO MAIOR, Mário,(org) 1991.

los baianos Caetano Veloso y Moraes Moreira, empezaron a introducirlo en sus temas. Sus canciones con ritmo de frevo son fueron un éxito nacional de ventas, y hasta hoy son muy divulgados por la media.

Sin embargo, algunas de las manifestaciones musicales más típicas, como el *maracatu*, *el caboclinhos*, *la ciranda* y *el coco* son solo una práctica de las clases populares, principalmente de las zonas rurales y no tenían espacio en los vehículos de la cultura de masas. La música mangue convierte los ritmos folclóricos en un producto competitivo en el mercado discográfico que atrae a un público fiel y diversificado, tornándolos conocidos nacionalmente. En Pernambuco, los jóvenes redescubren estas formas tradicionales y se convierten en sus principales consumidores. Podemos decir que las canciones *manguebeat* consigue familiarizar a las nuevas generaciones con la cultura popular, revitalizada con la introducción del pop. A demás de esos ritmos, son incorporados otros que componen los bailes y los festejos populares de la región Nordeste, como *bumba-meu-boi* y *el cavalo marinho*. A continuación, describiremos esas expresiones, elementos de las mezclas experimentales de nuestro objeto de estudio.

El *Maracatu*, mezcla de música primitiva y teatro, utiliza un sonido especial – una forma de batida en instrumentos de percusión, como por ejemplo el bombo. La palabra maracatu es africana y significa danza. El ritmo se originó en el auto de los congos, representación de la corte africana de la tribu Congo, de la que procedían los negros esclavos que vivían en las plantaciones azucareras de Pernambuco. Todos los años y con el permiso de los señores, los esclavos reproducían, con el baile y con los trajes, las relaciones de jerarquía vigentes en su nación de origen. La presencia de una corte, con un rey, una reina y divinidades del culto africano, revelan referencias a la “*Nação*” (nación) y a las creencias religiosas de los negros. El *maracatu*, por lo tanto, representaba una manifestación religiosa (GUERRA PEIXE, 1980).

Con el pasar de los años, el cortejo fue evolucionando y pasó a formar parte de la tradición del Carnaval. Actualmente existen dos tipos de maracatus: el *de Baque Virado*, más común en el área urbana, y el maracatu de *Baque Solto* (suelto), también conocido como *maracatu* rural, oriundo de la cultura agraria que se formó en torno de la plantación de la caña de azúcar. Entre los componentes tradicionales

hay una figura característica: el *Caboclo de lança*, un guerrero africano que desfila con un rico y colorido manto. Un ícono que aparece en todos los grupos es la *Calunga*, un pequeño muñeco, fetiche de las costumbres tribales del Congo (AMORIM, 2001).

El *maracatu* es muy significativo para la cultura local ya que contiene importantes símbolos de la tradición de Pernambuco. Este baile se caracteriza por su ritmo sincopado, producido básicamente por los tambores y un tipo específico de tambor que es la *alfaia* – también conocido como “tambor de maracatu” y de otros instrumentos de percusión. La vibración y la imponencia del ritmo contagia a todo el que lo oye.

El *Caboclinhos* es una manifestación folclórica que rememora a los amerindios que habitaban la tierra descubierta por los portugueses, y cuyo ritmo tiene una gran representatividad en la música pernambucana. Sus componentes representan indígenas vestidos con plumas de aves y armados con arco y flecha y con (la preaca) que utilizan para marcar el ritmo de la música.

La coreografía es una reproducción de la *Toré* indígena, la danza ritual y marcial de los guerreros cuando se preparaban para la guerra. Según Luiz da Câmara Cascudo (1971), en la danza de los *caboclinhos* se puede observar la influencia de la cultura afronegra y con mayor intensidad la indígena, principalmente en las coreografías típicas y en las ropas y aderezos que visten sus participantes.

El *Côco* es un baile popular, característico en todo el litoral norte y nordeste brasileño. En cada estado tiene denominaciones distintas, pero sigue siempre el mismo ritmo alegre y cadencioso, que se originó con el trabajo de extracción del fruto de una palmera existente en la región litoral del Nordeste. Del ritmo cadencioso de la batida de la piedra para quebrar el côco, nació una canción de trabajo y de baile. Surgido entre los habitantes de las playas, también se hizo muy popular en las salas de baile (SOUTO MAYOR, 1994).

Para bailar el *Côco*, hombres y mujeres hacen una rueda y balancean el cuerpo al ritmo de la música. Hay un personaje en el centro de la rueda (el tirador), que golpea el suelo con el pie e invita a cualquiera de los bailarines a tomar su lugar. Este personaje, que también es llamado coqueiro, es el encargado de “tirar” los versos que son repetidos por los otros participantes. Los versos están en forma de cuartetos, sextetos, decimais y *emboladas*. La música se interpreta con instrumentos de percusión, como tambores, pandeiros, ganzás, y más recientemente con rabeca y guitarras.<sup>76</sup> Una de las características de la música es la presencia de un refrán fijo, en forma cuartetos de siete sílabas que aparecen de improviso.

Entre los investigadores del folclore hay controversias sobre el origen del *Côco*: algunos afirman su origen portugués, otros perciben la influencia indígena o africana (SOUTO MAIOR, 1994).<sup>77</sup> Luiz da Câmara Cascudo afirma que: “La influencia africana está presente, pero la coreografía repite el baile de los indígenas, principalmente el de la tribu Tupy que vivía en la costa brasileña” (CÂMARA CASCUDO, 1971:56). Otro autor importante, Waldemar Valente confirma que “la influencia amerindia actúa realmente, de forma leve, en la danza y principalmente en la música. Pero, esta influencia se mezcla armoniosamente con la presencia africana” (VALENTE, 1988:21).

La *Ciranda* es otra manifestación folclórica de la población del litoral. Tiene aspectos peculiares, pues los bailarines cantan mientras realizan descalzos una coreografía sensual en círculo, con el ritmo marcado por instrumentos de percusión. Los versos de las cirandas hablan del mar, del cotidiano de los pescadores y de sus pasiones (RABELLO, 1979).

“Para bailar la *ciranda*, juntamos las manos, formando una rueda y cantamos una canción”. Este verso es de una de las más populares y traduce en pocas palabras esta forma cultural tan característica de Pernambuco. Según la mayoría de los historiadores, la ciranda tuvo origen en Portugal, pero en Brasil

<sup>76</sup> *Pandeiro* es un instrumento muy utilizado en la samba. Es un aro de madera recubierto por un lado con cuero de animal. En los laterales del aro hay pequeñas incisiones donde son colocados platitos de metal que suenan al ser golpeados con la mano. *Ganzá* es un pequeño tubo de metal cerrado que contiene en su interior semillas secas de plantas que producen sonidos al ser agitado. La *Rabeca* es un violín rústico de cuatro cuerdas (con las notas la, re, sol), y se toca con un arco hecho de crin de animal. Se maneja como si fuera un violín tradicional.

<sup>77</sup> MARIO SOUTO MAIOR (1994) y VALENTE, 1988.

empezó a bailarse en la ciudad de Goiana, en el litoral pernambucano, y hasta los días actuales sus habitantes bailan en la arena de la playa, principalmente en las pequeñas ciudades próximas a Recife y Olinda. En las playas olindenses la más importante y conocida es la de Lía, que ya se constituye en una figura folclórica local.

El *Bumba-meu-boi* es un baile folclórico que está presente en todas las regiones brasileñas, pero, que tiene una presencia mayor en Belém do Pará - región Norte, donde tiene presencia garantizada en la media, que divulga un Festival de Bumba-meu-boi, que recibe muchos turistas ya que es parte del calendario de eventos folclóricos brasileños. En la región nordeste, principalmente en Maranhão, Piauí, Ceará y los grupos de Boye están presentes en las fiestas de San Juan y Navidad y en Pernambuco también son un espectáculo de Carnaval. El guión del auto narra la historia de hombre acuñado de Padre Francisco que mata un boyo de su amo pues su mujer (Catirina) que estaba embarazada, deseaba comer la lengua del animal. El amo solicita la ayuda del Pajé, un mago indígena, que resucita el animal.

La presencia central del auto es el boyo, un muñeco cubierto de cuentas coloridas, llevado en las espaldas por un hombre, que danza a un ritmo fuerte, que usa batidas con trazos de samba y de baião, con versos que narran la historia. La Catirina es un de los personajes destacado - una mujer con un máscara – entre otros secundarios. Los instrumentos usados son el zabumba, la matraca y el pistão.<sup>78</sup>

El Cavallo Marinho es una manifestación popular de música y de danza que es una variante del Bumba Meu Boi. Caracterizase por presentar un visual de muchos colores, movimientos de escena muy movidos, un baile que usa pasos de ejecución difícil y personajes que se puede clasificar de humanos, animales y seres fantásticos. El baile destaca un símbolo del ambiente rural,- el Engenho (alusión a la propiedad rural de caña de azúcar, típica del Nordeste brasileño) representado por un objeto de madera, de forma arredondeada, en cuyo centro es colocado el “Pau de Almajarra”, un bastón que es movido por los bailarines cuando están

---

<sup>78</sup> La *zabumba* es un tipo de bombo, la *matraca* es formada de dos piezas de madera de 10 cm de largo y 2 cm de ancho que se

bailando y cuyo gestual simula los movimientos del primitivo aparato de extracción del sumo de la caña que es la materia prima para fabricar el azúcar (AZEVEDO NETO, 1997).

El forró es un ritmo de un baile típico, que representa también un género de música específica del Nordeste rural. El nombre de esta manifestación es una corruptela de la expresión en inglés *for all*. Los soldados norteamericanos acuartelados en las ciudades nordestinas de Natal y Recife durante la Segunda Guerra Mundial, en búsqueda de diversiones, llamaban así las fiestas populares en las que la gente sencilla se divertía y las que participaban democraticamente personas de todos los orígenes sociales. En este período histórico, Brasil como aliado de los EE.UU. permitió que utilizara estas ciudades como centros de operaciones de guerra, debido su localización estratégica. La expresión *for all*, es decir para todos, quedase popular y hasta hoy se conoce el baile com este nombre. Se dijo: ¡Vamos al forró! (para invitar alguien a ir al baile) o se dijo ¡Vamos bailar forró! (refiriéndose a un ritmo específico de baile que se baila en las casas de forró).

Sobre la música, esta es semejante a un baião, de ritmo animado, en la que se utiliza mucha percusión, principalmente el triángulo (instrumento de hierro que se bate com una caña también de hierro para dar el ritmo) y un acordeón, que es el principal e indispensable instrumento responsable de la melodía. Esta es la música más típica del Nordeste, la que la propagó Luiz Gonzaga en todo el país, y la que no tenía, hasta los años noventa, una buena cogida por al público del Centro Sur. Com la propagación de la música Manguebeat hacia Rio y São Paulo, y tal vez por la gran cantidad de gente que vive en estas ciudades y que son de origen nordestino, el forró se transformó en una moda.

Con la intención de conferir mayor visibilidad a las manifestaciones culturales en forma de bailes, músicas y ritmos propios de la cultura popular de Pernambuco así como los de otras regiones brasileñas, también llenas de riquezas culturales, elaboramos un Mapa Cultural indicativo. Este será presentado a continuación y su contenido no contiene todas las formas de cultura del pueblo ya que la intención de este trabajo no es lo de realizar una investigación sobre este tema. Destacamos

---

toca batiendo una contra la otra y se obtiene un sonido estridente y el *pistão* es un instrumento de metal, de viento.

las formas regionales del Nordeste y su localización entre las demás regiones brasileñas. Esperamos que estos datos sean suficientes para auxiliar al lector a mejor comprender la cultura brasileña.

# Mapa Cultural de Brasil





### Región Sur

Rio Grande do Sul, Paraná e Santa Catarina.



### Región Sudeste

Rio de Janeiro, São Paulo, Minas Gerais e Espírito Santo.



### Región Centro-oeste

Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Goiás.

DF-Brasília



### Región Nordeste

Maranhão, Piauí, Ceará, Rio Grande do Norte, Paraíba, Pernambuco, Alagoas, Sergipe e Bahia.



### Región Norte

Rio de Janeiro, São Paulo, Minas Gerais e Espírito Santo.

## Manifestaciones Culturales

Maracatu (M)

Forró (FO)

Cabocinhos (CAB)

Bumba-meu-boi (BMB)

Cavalo Marinho

Modinha (MO)

Moda de viola (MV)

Cururu (CR)

Sertaneja (S)

Repente (RP)

Embolada (EB)

Baião (BA)

Côco (CO)

Ciranda (CI)

Fandango (FA)

Pagode (PG)

Samba (SB)

Frevo (FR)

Marchinha (MAC)

Catinguelê (CAT)

Carimbó (CAR)

## **CAPÍTULO III**

### **LA JUVENTUD Y LA MÚSICA *MANGUEBEAT***

Dedicaremos este capítulo a presentar algunas consideraciones teóricas generales sobre la naturaleza del objeto de esta investigación que es la interacción de la juventud de Recife que se declara adepta a una de las manifestaciones más emblemáticas de la cultura juvenil brasileña en los años noventa: el movimiento *Manguebeat*.

Deseamos esclarecer los elementos que caracterizan la naturaleza de esta relación de la juventud con la música que ocurre en un momento de modernización históricamente diferenciado dentro de la escena internacional, que tiene la configuración de modernidad-mundo y está impulsado por conquistas tecnológicas nunca vistas. Este hecho es el responsable por la circulación de los procesos de comunicación de masas en todas las naciones, respaldados por la globalización económica, generando en consecuencia la proximidad y el diálogo entre contenidos culturales distintos, como ya discutimos en los capítulos anteriores.

En la sociedad recifense, como ocurre en las sociedades latinoamericanas, se visualiza el “malestar de la modernidad”, es decir, un descompás entre lo tradicional y lo postmoderno, la articulación en el mismo espacio geográfico de islas de ultradesarrollo entre amplios márgenes de absoluta miseria. Estas características del proyecto de modernización implementado en estas sociedades, incluso en Brasil, indica que ocurre una crisis en su ejecución, lo que es definido por algunos autores como la “no contemporaneidad de lo simultáneo” (MARTÍN-BARBEIRO Y REY, 1999:20).

“La profunda crisis tanto de los modelos de desarrollo como de los estilos de modernización está resquebrajando un orden, que al identificarse con la razón universal nos estaba impidiendo percibir la hondura del desordenamiento cultural que atraviesa la modernidad. (...) la existencia de destiempos en la modernidad que no son pura anacronía sino residuos no integrados de una economía y una cultura otras que, al trastornar el orden secuencial del progreso, libera nuestra relación con el pasado, con nuestros diferentes pasados, permitiéndose recombinar memorias y reapropiarnos creativamente de una des-centrada modernidad” (MARTÍN-BARBERO y REY, 1999:20-21).

Considerando que las huellas del pasado deben ser preservadas, pero que su permanencia en el presente no se obliga a impedir la ascensión de nuevas experiencias que sean factores de cambios sociales y culturales, reflexionaremos sobre el surgimiento de una propuesta de contracultura que propone rasgos de postmodernidad en un ambiente de ideas tradicionales, procurando entender y apuntar a lo lector, los reflejos de esta propuesta en la sociedad y en las personas.

En este capítulo trataremos de definir las características del Movimiento *Manguebeat*, manifestación cultural que además de iniciar un ciclo innovador en la música popular brasileña, a escala local y nacional, repercutió cual una contracultura en los conceptos y las ideas juveniles, contribuyendo para promover una renovación en el escenario musical y cultural de la ciudad de Recife. Para tanto, haremos un repaso de la historia del movimiento mangue, las ideas que lo fundamentan, y la naturaleza del ambiente físico, social y cultural que contribuyó para su nacimiento.

Entre estas experiencias destacan las adaptaciones musicales de formas regionales, realizadas con componentes pop, considerados formas de la cultura global. En la región Nordeste, la música *Manguebeat* es un buen ejemplo de presencia pop unida a elementos de cultura popular. Esta música no quiere ser una mera imitación, quiere ser una apropiación renovada, una forma musical nueva y original que no compromete la presencia de los elementos culturales de sus raíces. Para ilustrar mejor al lector sobre este fenómeno musical, referencia de los valores privilegiados por los jóvenes, haremos un repaso de la historia del movimiento *Mangue*, las ideas que lo fundamentan y la naturaleza de sus características.

Necesario será también, describir a esta juventud adepta del *Manguebeat*, que aparentemente reelabora una nueva propuesta de visión de mundo y de comportamientos. Lo haremos a partir de las percepciones de algunos analistas teóricos que reflexionaron sobre la juventud y sobre su relación con la música. Sobre los chicos y chicas que forman el público mangue, intentamos entender la visión que los mentores del movimiento tienen de ellos y reconocerlos a través de análisis realizados sobre sus características.

### **3.1. PRESENTACIÓN DEL MOVIMIENTO MANGUEBEAT**

La novedad musical que tornase conocido como *Manguebeat* nació en el inicio de los años noventa, cuando la música brasileña presentaba un momento de crisis cultural, por la excesiva comercialización que las empresas discográficas procuraban imprimir a los productos que editaba. Los grandes éxitos musicales de comercialización no eran las producciones ligeras que las radios transmitían a lo largo del día y que presentan calidad técnica y artística dudosas. Esas músicas tenían letras de muy escasa coherencia lógica y gramatical y que abusaban de la irreverencia que llegaba a las rayas de la pornografía.

En medio de este contexto discográfico, el movimiento mangue surge, liderado por Chico Science, los parámetros que justifican su creación están contenidas en el Manifiesto Mangue I, documento escrito por Fred Zeero4 y Chico Science, que propone el rescate de la cultura pernambucana, a través de la promoción de los símbolos de su cultura popular, “injertando energía a la escena cultural recifense”.

Con la divulgación del primer disco compacto de la banda Chico Science & Nação Zumbi, a inicios de los años noventa, la nueva música obtuvo una gran repercusión entre la juventud recifense y brasileña, que se ve reflejado en su influencia dentro de la música nacional, en el arte y, sobre todo, en las actitudes y conductas juveniles. Esta última característica confiere al movimiento la apariencia de una subcultura con rasgos vanguardistas, ya que divulga un estilo de vida peculiar, disociado de los patrones vigentes en una sociedad brasileña más tradicional como la pernambucana y provocando agitación en la cultura local.

Como explicamos en el Capítulo II, la realidad musical brasileña es rica en diversidad y originalidad. En la composición de esta multiplicidad de sonidos y de ritmos están presentes géneros musicales nativos, mezclados con otros de culturas exógenas, formando una síntesis curiosa e infrecuente que está renovando constantemente nuestras estructuras culturales, haciendo del hibridismo algo natural.

Entre las experiencias comentadas, destacan las adaptaciones musicales de formas regionales, realizadas con componentes pop, como ejemplos de la cultura global. En el ámbito nordestino, la música *Manguebeat* es un modelo de esta presencia internacional, y el uso de algunas de sus expresiones representan una apropiación renovada que deriva en una nueva forma musical que no compromete su originalidad.

La historia de este Movimiento tiene su inicio en los años noventa, cuando un grupo de jóvenes que trabajaba con música, radio y artes plásticas se reunieron con la idea de crear un movimiento cultural – “un escenario” – para hacer resurgir el desprestigiado y decadente ambiente cultural de la ciudad de Recife.

Era el año 1991. Francisco de Assis França (Chico Science), conducido por Gilmar “Bola Oito”, un colega de trabajo de Emprel (Empresa de Informática del Ayuntamiento de Recife), y que después sería uno de los músicos de la banda Nação Zumbi, conoce el grupo de cultura afro “Lamento Negro”. Este grupo, todo un especialista en samba reggae, desarrollaba un trabajo de educación popular en el “Centro de Apoyo a la Comunidad Carente Darué Malungo”, que sigue funcionando hasta hoy en la comunidad periférica de Chão de Estrelas. Chico se quedó impresionado con la energía que emanaba de la música del grupo y empezó a hacer experimentos con una nueva batida que unía la fusión de ritmos regionales, como el maracatu, el *côco de roda* o el *caboclinhos*, con los ritmos de la llamada black music internacional.

En el texto del Manifiesto I, primer documento que divulga el Movimiento *Manguebeat*, el grupo expone sus ideas y muestra su interés por desollar, con su creatividad y su musicalidad, la diversidad cultural de Pernambuco. Quieren que esa pluralidad de ritmos y de formas musicales sea capaz de divulgar la cultura popular en todo el país, para que la juventud local y brasileña empiece a consumir los ritmos de la cultura popular pernambucana, como cultura de masas. La renovación que el *Manguebeat* pretendía, objetivava proyectar Pernambuco hacia Brasil y el mundo, y con ello devolver el prestigio a su cultura, paralizada como la economía de la Provincia desde hacía décadas, por imposición política.

“¡Emergencia! Un choque rápido o Recife fallece de infarto. No es necesario ser médico para saber que la manera más sencilla de parar el corazón de una persona es obstruir sus venas. El modo más rápido, también, de vaciar el alma de una ciudad como Recife es matar sus ríos y enterrar sus estuarios. ¿Cómo se hace para devolver, deslobotizar, recargar las baterías de la ciudad? Es muy sencillo: es suficiente injertar un poco de energía en la lama y estimular los restos de fertilidad de las venas de Recife.”<sup>79</sup>

Con este lenguaje alegórico que asocia la estancación cultural de la ciudad con su situación física y biológica, caracterizada por los manglares, los mangueboys (como se hacían llamar los autores del movimiento) mostraron que su propuesta no se limitaba al lanzamiento de un nuevo estilo de hacer música, sino que encerraba, quizás de forma inconsciente, una concepción política y filosófica.

Los jóvenes que, junto con Chico Science, participaron en la formación del *Manguebeat*, Jorge du Peixe, Fred Zero 4 y Renato L, en entrevistas concedidas a la autora de este estudio, afirmaron de forma unánime que nunca tuvieron la intención de generar un movimiento estructurado y con un cuerpo de ideas: “Nosotros no teníamos la pretensión, en la época, de crear algo cercano a un movimiento(...) el grupo pionero estaba compuesto por artistas plásticos, periodistas y músicos que de una forma u otra deseaban canalizar su creatividad para alguna cosa”(RENATO L., 1999).

Fred Zero 4 (2000) afirmó que en los comienzos predominaba una visión lúdica y animadora: la organización de la propuesta soñaba, como una forma de diversión, en crear un espacio para hacer música. En verdad, los jóvenes músicos no tenían un lugar donde reproducir sus sonidos pop, muy diferentes de la música tradicional que producían otros artistas pernambucanos consagrados, como Alceu Valença (el músico de Pernambuco más conocido nacionalmente), y los artistas de la música Armorial. Tuvieron que promover la unión de todos aquellos a quienes les gustaba el sonido moderno y psicodélico del punk-rock o de otras formas de pop internacional, y que eran la base de las composiciones que producían. Lo que les interesaba era “disfrutar el tipo de sonido que nosotros deseábamos y para ello tuvimos que inventar el lugar. Para poder participar en algún evento, teníamos que

---

<sup>79</sup> Parte del Manifiesto I del Movimiento *Manguebeat*, escrito por Fred Zero4 y Renato Lins, llamado Renato L, distribuido a la prensa en 1991.

organizar una banda y tocar, pues aquí no había espacio (...) El movimiento fue como una forma de resistencia: tú cambias el lugar o tú cambias de lugar. ¡Decidimos hacer lo que nos dio la gana!”.<sup>80</sup>

Sin embargo, al ser creado con un rasgo de informalidad, la principal propuesta del Movimiento Mangue era la de concebir un escenario, es decir, crear un espacio para que se desarrollasen variadas formas musicales que caracterizaran un contorno cultural específico – el de la cultura pernambucana – y que expresaran un nuevo estilo de vida. El *Manguebeat*, como manifestación de música joven, tendría la fuerza para influenciar socialmente, como lo hiciera el Punk, el Hip-hop y el Funk en otros ambientes urbanos de la sociedad brasileña.<sup>81</sup>

La divulgación de la nueva música ocurrió de forma espontánea, en una de las muchas noches en las que se reunían los amigos para beber una cerveza, en uno de los bares que frecuentaban los jóvenes bohemios e intelectuales recifenses. Este grupo de jóvenes que trabajaba de forma alternativa con la cultura divulgó el descubrimiento de Chico y ayudó a ampliar la perspectiva musical naciente. La formalizó en torno de contenidos que originarían un movimiento cultural reconocido por la sociedad formal, - un escenario - que articulaba, además de la música, las formas más diversas de expresión artística, restaurando el decadente prestigio del ambiente cultural local.

Renato L., periodista y uno de los personajes de esta historia, relata cómo ocurrió todo: “La primera vez que se habló de *mangue* en este contexto cultural, fue a través de Chico. Estaba con algunos amigos en un bar, el Cantinho das Graças, un bar que está en el barrio de las Graças. Chico llegó y dijo que había hecho una jam session con Nação Zumbi y el grupo Lamento Negro, un grupo de samba reggae, y había mezclado la batida de la batería del Hip-hop con un sonido que sacó de la percusión – la caja - del samba reggae, usada como si fuera un bumbo y que bautizó con el nombre *Mangue*. Nosotros no teníamos la pretensión, en la época,

---

<sup>80</sup> Parte de la entrevista concedida a la autora, en abril de 2000.

<sup>81</sup> Ver HERSCHEMANN, Michel, 1997, Op.cit, YUDICE, 1997, Op.cit. y VIANNA, Hermano, Galeras cariocas.1997.

de crear algo cercano a un movimiento (...) el grupo estaba formado por artistas plásticos, periodistas y músicos que, de una forma u otra, deseaban canalizar la creatividad para alguna cosa" (RENATO L. 1999). <sup>82</sup>

El germen de esta historia que cambiaría la cara de la música local fue divulgado en un show – considerado histórico – en el Espaço Oásis, el día 14 de junio de 1991, en la ciudad de Olinda. El evento fue anunciado como "Sonidos negros en el Espaço Oásis", por el Jornal do Comercio del 1º de junio de 1991 (TELES, 1997). Esa misma noche, el grupo internacional Ira que hacía una presentación en el Teatro Guararapes de Recife, se desplazó al espacio Oasis, subió al escenario e improvisó con los mangueboys.

La formación del grupo Chico Science y Nação Zumbi: "fue como si un remolino atrapase a los que hacemos, de un modo u otro, la cultura actual pernambucana y nos condujese a mares nunca antes navegados, en un browser incrementado de última generación". <sup>83</sup> El grupo líder de la música *manguebeat* es Chico Science & Nação Zumbi,<sup>84</sup> anteriormente llamado Loustal (en homenaje al caricaturista francés Jacques de Loustal). Chico era el vocalista, Lúcio el guitarra, Alexandre Dengue el bajo y Vinicius el batería, además de Jorge du Peixe que, tras la muerte prematura de Chico Science, lidera el grupo. "La idea del grupo era re-trabajar el rock de los años sesenta, pero pensando en incorporar elementos del Soul, Funk y Hip-hop" (TELES, 1997:8).

La nueva música fue inicialmente llamada Mangue Bit, en alusión a su rasgo contemporáneo que mezclaba elementos culturales y globales, representados, entre otros, por los símbolos de la tecnología informática. La prensa no entendió el simbolismo, confundió la grafía, y bautizó la nueva música como *Mangue Beat* o *Manguebeat* en alusión a la beat generation, que había inspirado toda la rebeldía y los cambios de costumbres de la juventud norteamericana, de este siglo.

---

<sup>82</sup> Entrevista realizada con Renato L., uno de los creadores del movimiento Manguebeat, concedida a la autora en septiembre de 1999. Los instrumentos citados han sido definidos en el capítulo 2.

<sup>83</sup> Así es como el cronista José Teles relata su contacto con el *Manguebeat*, en la publicación Meteoro Chico (197:3) editado por Bagaço, con el patrocinio de FUNDARPE /Fundación del Patrimonio Histórico y Artístico de Pernambuco y organizado por el cronista.

<sup>84</sup> Nação (en el *maracatu*, es la referencia de los orígenes de los esclavos: la nación africana) Zumbi (referencia a Zumbi, el líder de los esclavos rebeldes que creó el Quilombo de los Palmares, en Pernambuco, principal manifestación de esclavos para su

Las bandas pioneras del movimiento, Chico Science y Nação Zumbi y Mundo Livre S.A., ésta última liderada por Fred Zero4, empezaron sus presentaciones en locales como Arte Viva y el bar Soparia, localizado en el barrio bohemio de Recife y local de encuentro de final de noche de la juventud. En un corto espacio de tiempo, numerosas bandas se lanzan al escenario de la ciudad y reproducen la propuesta musical del movimiento, la diversidad y el desdoblamiento de lo popular y lo global. Entre estos grupos musicales destacamos Vía Sat, Neutrons e Neurônios, Eddie, Mestre Ambrósio, Faces do Suburbio y Comadre Florzinha, ésta última compuesta únicamente por mujeres. La efervescencia cultural que explota en la ciudad y la aceptación del público joven proporcionó la organización de un festival que se convertiría en un clásico de la escena brasileña. Este evento de divulgación de la música pop rock de la región Nordeste, atraería bandas musicales de otras ciudades y regiones brasileñas, y a las empresas discográficas.

El festival Abril Pro Rock tiene su primera edición en 1993 y la segunda al año siguiente, revelando la madurez y el profesionalismo de la escena recifense, y atrae el interés de la prensa del Centro-sur y de las grandes grabadoras. En aquel año, los representantes de Sony Music vienen a Recife especialmente para conocer la música de Chico Science & Nação Zumbi en el bar Som das Águas. Cuando terminan, invitan al grupo a clausurar la convención anual de la discográfica, antes incluso de grabar su primer disco compacto, “Da lama ao caos”, que le abrió las puertas del mercado brasileño. Los artistas empiezan a hacer espectáculos en Rio de Janeiro y São Paulo, junto con la banda Mundo Livre S.A (TELES, 1997).

La trayectoria de la música *Manguebeat* se hizo meteórica. Logró el reconocimiento del público y penetró en el cerrado bunker de la industria cultural nacional e internacional, representado por las multinacionales discográficas, lo cual puso en evidencia la fuerza de esta nueva propuesta melódica y rítmica. Así, en un breve espacio de tiempo, el sonido que inundó la ciudad de Recife se propagó por todo Brasil y otros lugares del mundo. La prensa nacional, curiosamente, más que la local, descubrió la novedad musical y dedicó largo espacio a explicar el fenómeno mangue y a documentar su éxito nacional y internacional.<sup>85</sup>

---

liberación.

<sup>85</sup> Ver Revista Bizz, marzo de 1993:63, “Da lama para a fama. Recife inventa o mangue-beat”, Brandão Neto, “À antropofagia musical das duas gerações de Olinda”, Tribuna da Imprensa, Rio de Janeiro, 29.05.1994, Reis, Paulo, Revista Programa ‘do Jornal La juventud y el simbolismo de la música *Manguebeat*: valores y Postmodernidad

Después del lanzamiento del primer disco compacto, se inicia la fase internacional del representante máximo de la música *Manguebeat*. Invistiendo recursos propios, y con la financiación del Gobierno de Pernambuco y de la discográfica, la música Mangue llega a Europa producida por el empresario Paulo André Pires. La gira artística llamada From Mud to Chaos, traducción del título del CD, “Da lama ao Caos”, es todo un éxito y el disco aparece, de febrero a marzo de 1995, en los programas de World Music, en Suiza, Bélgica y Alemania, y es uno de los más oídos en las radios de estos países. Los mercados de EE.UU. y de Japón también son conquistados por los mangueboys (TELES,2000).

En esta primera gira europea, Chico Science & Nação Zumbi se presenta en los escenarios de Ámsterdam, París y Berlín, y participa en el Festival de Montreux, junto a ídolos ya consagrados, como la banda Specials. En su segunda gira, en 1996, dejan Europa y van a EE.UU. para participar en el Summer Stage Festival celebrado en el Central Park de Nueva York, y tocan con artistas brasileños famosos como Gilberto Gil. El cantante se queda fascinado con la música del joven grupo mangue y en el festival Abril Pro Rock de ese mismo año, consigue hacer un hueco en su agenda para presentarse con Chico Science & Nação Zumbi.

Durante la gira, el grupo tuvo una buena acogida por parte de la prensa de cada local en el que se presentaba. Un ejemplo de ello fue el espacio que la revista norteamericana Spin dedicó al grupo, en el que comenta en una de sus materias que la música “Coco Dube”, del disco compacto “Da lama ao caos” representaba todo lo que la música jungle deseaba ser y no conseguía. <sup>86</sup>

El segundo disco del grupo, “Afrociberdelia”, se hizo con todo cuidado por la discográfica y obtuvo una acogida muy positiva entre la crítica nacional e internacional. Las canciones eran una mezcla de sonidos nativos, en los que predominaban los tambores del maracatu, con el sonido universal del pop

---

do Brasil, Rio de Janeiro, 15.04.1994, Giron, Antonio C. “Chico Science envenena o maracatu”, Folha de São Paulo, São Paulo, 31.03.1994,p.B7.Paniago, Paulo, “Chico Science y Nação Zumbi emergen do mar”, Jornal de Brasília,Brasilia, 13.04.1994,p.2.

<sup>86</sup> El *jungle* es un tipo de música para bailar creada en Inglaterra. La música mezcla *batidas* quebradas y aceleradas del *hip-hop*, con la velocidad del *hardcore*, *samples* y las líneas de bajo del *reggae*. Es una de las innovaciones de la música *techno* que nace en los guetos de Londres, en 1992/93, y poco después entra en el circuito comercial captando a muchos adeptos en las casas nocturnas de Europa. El nombre viene de un MC (Mestre de ceremonia) de Jamaica, que identificaba a los que frecuentaban los Tivoli Gardens, en Jamaica como “*junglist*”(de la selva). El primer disco que utiliza el término fue *Jungle Techno*, del sello Ibiza Rave y la primera canción de éxito fue *On a raggajip* (1993) del grupo SL2. El término *jungle* es sinónimo de *drum'n'bass*, con *batidas de batería*, pesadas sobre una línea de bajo, siempre sincopadas. Es una música *techno* más melodiosa. También se le llama Metro(PALOMINO,1999).

contemporáneo. En la época Chico Science, en entrevista por teléfono al periódico Jornal do Commercio (31.03.1996), afirmó que “el disco es un relectura de la samba que muestra la posibilidad de expansión de la música brasileña, utilizando las influencias externas. Nosotros re-visitamos la samba, una forma musical africana que se ha cristalizado en Brasil, en una concepción más amplia: hicimos samba de *maracatu*, de *caboclinhos*, de *cavalo-marinho*, del morro, del *bumba-meu-boi*, juntando elementos árabes, holandeses, españoles, de toda la mezcla brasileña. En el disco compacto hay ese groove, una parte más melódica”. <sup>87</sup>

Uno de los aspectos que definen el *Manguebeat* como un movimiento cultural pionero, es el hecho que, como iniciativa precursora de los años noventa, de soporte más contemporáneo y surgido en la escena musical nacional, nació fuera de los polos tradicionales de la industria cultural brasileña, representado por el eje Rio – São Paulo, a donde se trasladan los artistas de todas las regiones en busca del éxito en la media y el reconocimiento del público. El monopolio mantenido por las dos ciudades en el campo de la divulgación y de la promoción cultural, reproduce la situación de desigualdad económica, de diferenciación de prestigio político y social que mantienen sobre los otros centros del país.

Lo que realmente convirtió a esta iniciativa en un movimiento, además de la audacia de su música, fue la asimilación de la temática *mangue* en las artes plásticas, en la moda, en la poesía y en el cine, generando un estilo de vida característico en el que sobresalían posturas e interpretaciones de lo cotidiano inéditas para los cánones locales.

Entre las producciones de cine locales que forman parte del Movimiento Mangue, destacamos el largometraje, lanzado en 1997, “O baile perfumado”, de los directores Lírio Ferreira y Paulo Caldas, en el que se utiliza una canción de Chico Science, clave en la película. Aunque no escapa de los estereotipos escénicos de las lecturas visuales del Nordeste, la película revela una nueva propuesta: “la secuencia inicial com la cámara sobrevolando el desfiladero del río São Francisco,

---

<sup>87</sup> Sobre estas formas culturales, ver Capítulo II, pp.144-145, o Glosario.

con la música de Chico Science de fondo, no es el cliché de los *mandacarus* y *xiquexiques*<sup>88</sup> acompañados por una embolada, aunque como propuesta escénica, las intenciones son las mismas"( FIGUERÔA, 1999:65).

Otro ejemplo más actual de lenguaje cinematográfico, basado en la propuesta de renovación del Mangue, es el cortometraje "O Rap do Pequeno Príncipe contra as Almas Sebosas", de Paulo Caldas y Marcelo Luna, premiado como mejor corto en el Festival de Cine de Recife, a principios del año 2000, y muy bien aceptado en el circuito de festivales europeos. La película narra la historia verídica de dos chicos que nacen en la misma realidad social, en la miseria de las chabolas, y tienen destinos distintos: uno encuentra en la música la forma de orientar sus emociones y de protestar contra la realidad, y el otro se decanta por el crimen. La música central de la película, un rap con la temática del guión, es de Garnizé, uno de los chicos que inspiró la historia y actualmente un profesional consagrado.<sup>89</sup>

Otro aspecto significativo en la música *Manguebeat* es su eclecticismo, ya que alienta la convivencia de bandas que producen varios estilos musicales, pero mantienen entre sí una característica común: la de destacar la cultura popular local. La pionera, Chico Science & Nação Zumbi, inicia la nueva onda al trabajar con "la mezcla de maracatu, coco, samba de roda, ciranda, embolada, caboclinho, funk, soul, guitarra y psicodelia" (TELES, 1997:9). Chico Science, en una entrevista concedida a los periodistas Marcelo Pereira y José Telles, publicada en el Jornal do Comercio el 15 de junio de 1993, confirma su deseo de realizar la fusión de ritmos para producir un efecto diferente del tradicional e inserirse en la contemporaneidad:

"Desde los tiempos de la banda Loustal tenía la idea de mezclar los ritmos regionales, como la ciranda y el maracatu, con el rap y el funk. En el primer show que realizamos sólo estaban los amigos. Les gustó el resultado de la tentativa y nos incentivarón a perfeccionarlo, porque el nuevo sonido, decían, iba a tener éxito entre el público"(JORNAL DO COMMERCIÓ, 1993: 3).

---

<sup>88</sup> Vegetación característica de la región nordestina, semejante a los cactus, que en la época de sequía sirve de alimento para el ganado.

<sup>89</sup> Ver reportaje sobre Garnizé en la revista Manguenius, "Garnizé – o batera-educadoro Faces do Suburbio", Ano I, Nro. 2, abril, 2000, p.15-17.

Entre la diversidad de los productos de las bandas mangue locales, los grupos musicales Mestre Ambrósio y Cascabulho, por ejemplo, hacían un sonido de forró – pop, en el que estaban presentes las raíces folclóricas, un estilo denominado forró pie de calzada, por ser un grupo urbano, alegoría del forró pie de sierra típico de las fiestas del interior. El grupo Eddie hacía rock con mambo y samba, en el lenguaje local; el grupo Sheik Tosado unía hard rock para cantar versos repletos de referencias del folclore pernambucano. La banda Devotos, una de las pioneras, hacía un hard-rock más radical, al igual que lo recién formado grupo nombrado de Matalanamão.<sup>90</sup>

La historia del movimiento *Manguebeat*, todavía no ha tenido una interpretación académica y no se ha editado ningún tipo de análisis crítico sobre el tema. Ha sido necesario hacer una investigación exhaustiva para llegar a conocer las circunstancias y los detalles de su creación, recurriendo a menudo a la memoria de los músicos e intelectuales que lo vivieron y lo estructuraron, y a los elementos informativos divulgados por fuentes no académicas. Los elementos informativos de la media impresa, periódicos, revistas y revistas virtuales como “A Ponte”, “Magnotrónico” y otros sites,<sup>91</sup> han sido otras fuentes importantes. Una de estas publicaciones de referencia hizo una edición homenaje a Chico Science, con motivo de su muerte prematura en febrero de 1997, bajo la coordinación de un crítico de música de un periódico local, José Teles (1997)<sup>92</sup>, en el que retrata los hechos que originaron el movimiento, y divulga el perfil y los éxitos del artista.

Una fuente confiable y esclarecedora ha sido la investigación académica que coordinamos, realizada por los alumnos del curso de Comunicación Social de la Universidad Católica de Pernambuco – UNICAP, en el año 1999, con una muestra significativa de 400 jóvenes de Recife, intitulada “Movimiento *Manguebeat*: la nueva cara de la música pop brasileña” (MARKMAN, junio de 1999).

---

<sup>90</sup> Además de éstos, también se han reproducido en Recife los grupos de hard rock, principalmente en el suburbio de Alto José do Pinho, actualmente polo cultural. Ver Diario de Pernambuco, 31.03.2001,p.D2. en Assumpção, Michelle “Cena hardcore arma grande festival”, y Alto Retrato, periódico Experimental del Curso de Comunicación de UNICAP ,Ano 1, No.1,Recife, Valadares, João, “Punk Rock de cara lavada”,p.4.

<sup>91</sup>Ver informaciones sobre el *Manguebeat* en los sites: [www.geocities.com/sunsitstrip/mizzamne](http://www.geocities.com/sunsitstrip/mizzamne),[www.zaz.com.br/manguenius](http://www.zaz.com.br/manguenius) , [www.manguetronico.com.br](http://www.manguetronico.com.br) y [www.elogica.com.br/users/multfax/chicoscience/historia2](http://www.elogica.com.br/users/multfax/chicoscience/historia2) , además de otras apuntadas en la bibliografía.

<sup>92</sup> Este año, José Teles publicó *Do frevo ao maracatú*, 2001, libro en que sistematiza las informaciones históricas sobre el *Movimiento Manguebeat*.

La figura metafórica del manglar fue rescatada de la obra de Josué de Castro (1965), autor de Pernambuco cuya obra tiene alcance internacional, que estudió la relación entre las peculiaridades ambientales de Recife y las condiciones sociales de la población ciudadana más carente, que garantiza su supervivencia con la fertilidad del manglar. En el próximo apartado vamos tratar de este tema.

### **3.1.1. LA CIUDAD DE RECIFE: LA ESCENA FÍSICA**

Para una mejor comprensión de las referencias contextuales, indispensables para el análisis pretendido, hemos hecho un breve recorrido por la ciudad de Recife, escenario en que florece el movimiento, para mostrar su importancia económica y social en la sociedad brasileña, y comprender las alusiones que son producidas en las canciones del mangue. Es importante decir que en su concepción la ciudad representa la “escena física” y sus peculiaridades dan origen a la metáfora del manglar, representación simbólica que constituye la principal referencia para la configuración de la “escena cultural”, que mantiene con la primera profundas implicaciones y significados, y muestra al mundo una imagen inédita de la cultura local.

Recife es la capital del estado de Pernambuco, unidad política que es parte de la Federación brasileña que forma, junto con otras nueve unidades, la región Nordeste. Implantada sobre anchas zonas de manglares que revisten una planicie costera, la ciudad está atravesada por el estuario de tres grandes ríos (Capibaribe, Beberibe y Jaboatão) que la convierten casi en un archipiélago unido por numerosos puentes, lo que le ha valido el apodo de “Venecia Brasileña”.

En el comienzo de la colonización portuguesa fue el polo de desarrollo de una de las capitánías que más prosperaron – la de Pernambuco -, gracias al cultivo de la caña de azúcar. En los tiempos modernos, después de los años sesenta, se convirtió en un centro decadente cuando su principal producto – el azúcar – fue devaluado en el mercado mundial. La economía de Pernambuco, basada en la monocultura azucarera, se debilitó, generando miseria social y desprecio político.

La ciudad fue fundada en 1537, cuando los portugueses implantaron el sistema de capitanías y la convierten en la sede de la capitanía. En el siglo XVII, fue conquistada por los holandeses debido al interés de la Compañía de las Indias de explotar el azúcar y convertirla en puerto de la ruta de las Indias. Entre 1637 y 1644, la “Nueva Holanda”, como la bautizaron los conquistadores, fue gobernada por el conde João Maurício de Nassau-Siegen que, enamorado de la ciudad y de sus arrecifes, inició la urbanización de su entorno y a construir monumentos y puentes que hasta hoy cruzan sus ríos.

“El primer proyecto de urbanización de Recife data de 1639, con el plan de un gran barrio en el área que hoy alberga la parte sur del barrio de San Antonio y el barrio de San José: drenaje de los manglares para la construcción de canales, aterramiento de espacios para edificaciones, demarcación simétrica de calles y previsión de puentes uniendo varias partes de la ciudad”(MELLO, 1978:123).

El conde también dotó a la ciudad de sistemas de comunicación y suministro de aguas, y llegó incluso a utilizar recursos particulares para convertirla en la “Ciudad Mauricia” (nombre que hace referencia a su bienhechor), un lugar agradable para vivir. Las mejoras realizadas en Recife han sido muy importantes para hacer prosperar Pernambuco (DONATO, 1986).

De hecho, en el sistema de capitanías hereditarias montado por la Corona portuguesa para colonizar la nueva tierra, la unidad de Pernambuco era una de las mejores, junto con la de San Vicente, en São Paulo, debido a entre otros productos agrícolas, la producción de azúcar, mercancía que en el periodo colonial tenía mucha importancia comercial en el mercado europeo. Este hecho confería relevancia económica a la provincia.

Antes de los años sesenta, la ciudad de Recife era considerada la tercera ciudad brasileña considerada centro cultural con prestigio económico, después de São Paulo y Rio de Janeiro. En los primeros años del siglo XX, la ciudad era un polo catalizador de la región Nordeste, debido a sus características de metrópolis cultural, que atraía a las poblaciones de las provincias situadas a su alrededor.

En la década de los cincuenta y los sesenta, Pernambuco ha sido el escenario de intensa actividad político cultural. En relación a la música, funcionaban en la ciudad, en los años cincuenta, las importantes Radio Clube y Radio Jornal do Comercio. Ésta considerada el círculo más potente de una cadena integradora de la cual hacían parte varias emisoras del interior de la provincia. La radio era uno de los componentes de un verdadero sistema de comunicación que incluía dos periódicos diarios (Jornal do Comercio y Diario da Noite) y la TV Jornal do Comercio. Este complejo era un de los más importantes imperios de la comunicación brasileño y por más de tres décadas fue liderado por el senador José Pessoa de Queiróz. Durante el gobierno de Miguel Arraes, iniciado en 1958, se ha creado el Movimiento de Cultura Popular (MCP), con el que pretendía contribuir a la politización de la población, estimulando la ciudadanía a través de la implantación de acciones educativas y culturales (SOARES, 1982)

La actividad de rescate de la significación política entre las clases trabajadoras era inducida por el gobierno, y en la zona rural se hacia con el patrocinio de segmentos de la sociedad civil, representada por grupos de la Iglesia y partidos de izquierda, que organizaron a los campesinos en las famosas Ligas Camponesas. Estas organizaciones querían provocar cambios en las condiciones de los obreros rurales, sin derechos sociales, aunque fuera por la vía revolucionaria, con el objetivo de promover la ruptura de la estructura patriarcal y luchar por la reforma agraria “con la ley o contra ella” (SOARES, 1982). <sup>93</sup>

Hay que recalcar que la región Nordeste, hoy como ayer, nunca consiguió ser un polo hegemónico de industrialización. Los intereses económicos de las élites agrarias la redujeron a la condición de productor agrícola y mercado consumidor dependiente de los productos manufacturados en São Paulo y en otros centros industrializados de la región Centro-sur. A las élites retrógradas regionales no les interesaba el desarrollo industrial del Nordeste, pues con el progreso productivo vendrían los cambios en la educación del pueblo y el despertar de la conciencia popular que empezaría a exigir sus derechos. Así, las diferencias económicas entre

---

<sup>93</sup> Hasta hoy, las relaciones agrarias brasileñas continúan con el mismo perfil retrógrado y la lucha por la ocupación de espacios se ha generalizado y han surgido movimientos para la ocupación de moradas urbanas – o Movimento dos sem Teto – y para la reforma agraria – Movimento dos sem Terra (MST).

los centros desarrollados del país y el Nordeste definían desigualdades políticas, lo que agravaba las históricas desventajas en el ámbito de las inversiones de capital público para la infraestructura.

El retraso político y económico de la “Ciudad Mauricia” se agravó con la ascensión del gobierno autoritario militar, instaurado en Brasil en 1964, manipulado por las élites económicas. Cualquier acción que intentara cambiar la estructura de poder mantenida hacía siglos sobre la región subordinada era considerada subversiva y rápidamente desmontada. Y lo mismo ocurría con el prestigio de Pernambuco. Se inicia así la fase de decadencia económica de Recife que llegó a su peor momento en la última década del siglo, cuando una investigación científica del Programa de las Naciones Unidas (1991) afirmó que Recife era la cuarta peor ciudad del mundo en calidad de vida.<sup>94</sup> La fragilidad de las condiciones económicas se reflejaba en la disminución de inversiones en el área de cultura. Esto restringía el consumo de productos culturales locales, ya que no tenían cómo competir con iniciativas culturales exógenas, ofrecidas a la población por la cultura de masas a través de sus diferentes versiones: discos, video clips de televisión y películas.

A pesar de continuar como una referencia cultural del país, por la riqueza de su cultura popular tradicional, Pernambuco se encontraba estancado, mientras otras provincias rivales de la región – especialmente Bahia y Ceará – desarrollaban su crecimiento económico. En el ámbito musical, esta primera era el eje cultural del país debido a la tradición afro brasileña que perpetuaba en las prácticas tradicionales milenarias, la herencia de los esclavos africanos. Su música popular continuaba siendo consumida por el público a escala nacional y sus artistas eran divulgados por la industria discográfica cuya sede se encontraba en el Centro-sur. Sin embargo, a pesar de tener una rica diversidad musical, Recife no conseguía que sus artistas mantuvieran presentes sus raíces en las composiciones, ni cosechar éxitos en el cerrado mercado discográfico nacional como ya lo hicieran, en décadas pasadas, el cantante sertanejo Luiz Gonzaga y actualmente Alceu Valença.

---

<sup>94</sup> Estadísticas de 1998, divulgadas por el mismo Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, que hace la evaluación de la situación de pobreza y de calidad de vida de varios países, reveló una mejora en los niveles brasileños, desde los índices divulgados en 1991.(DIARIO DE PERNAMBUCO,05.1999 ) En el ranking mundial del Índice de Desarrollo Humano, el país pasó de la 78<sup>a</sup> posición a la 74<sup>a</sup> ( DIÁRIO DE PERNAMBUCO, 30.06.2000,A6)

Durante dos largas décadas, el escenario recifense se mantuvo en un profundo marasmo, sin producir nada destacable. Sin duda, como comentamos anteriormente en el capítulo II, la creatividad local continuaba germinando, principalmente entre los jóvenes. Éstos insistían en abrir un groove, una pequeña apertura en la coraza de la estructura conservadora de la sociedad local, alejándose de la música nordestina tradicional (*sertaneja, forró, baião* etc.). Este estilo utilizaba temas que reflejaban las condiciones de la región, la migración de los nordestinos expulsados de su hábitat por causa de la sequía y la naturaleza exuberante. En la década de los setenta, el escenario pop local se alimentaba de los sonidos del heavy metal, del punk-rock y del hip-hop, novedades musicales producidas por un reducido grupo de jóvenes que ocupaban casi un gueto en la ciudad.

El Movimiento *Manguebeat* reconoció la realidad del momento que paralizaba la cultura popular de Recife y propuso entonces el rescate de la cultura nativa, de sus ritmos y de sus símbolos, para revelar al resto de la nación el universo mágico del potencial y de la riqueza de la cultura pernambucana, con una indumentaria nueva. La alegoría del mangue – vegetación característica de Pernambuco – asociada a la propuesta de identificación con el popular, conceptúa con mucha transparencia la realidad local, y hace de puente entre el contexto físico y el cultural, elementos considerados indivisibles en la visualización de la ciudad de Recife.

### **3.1. 2. LA METÁFORA DEL MANGUE**

Una de las diferencias más marcadas de Recife en relación con las otras grandes ciudades brasileñas, se refería al nivel de calidad de vida de su población. Esto podía apreciarse en las áreas más urbanizadas y principalmente en la periferia, donde se concentraban los segmentos populares. Recife era uno de los polos de atracción de la región Nordeste, por ser considerado su principal centro cultural, espacio que compartía con Salvador de Bahía. Por este motivo, la ciudad seguía recibiendo un fuerte número de inmigrantes del interior de Pernambuco y de otras regiones, sin tener capacidad financiera para instalar una infraestructura de servicios públicos adecuada, capaz de atender las demandas de la población. En su calidad de ciudad dormitorio, centro de empleo y renta, la población recién

llegada no contribuye financieramente con impuestos para resolver las necesidades urbanas básicas. Otro factor que agrava el problema de crecimiento desordenado y de degradación del tejido urbano es el desplazamiento de largos contingentes provenientes de las zonas rurales que huyendo de condiciones muy desfavorables se desplazan hacia la capital.

Con relación a esta situación social, el sociólogo Josué de Castro (1967) establece un análisis de alimentación del ser humano del Nordeste, definido que parte de estas condiciones geográficas y físicas peculiares, los manglares representan una forma de saciar el hambre que es una realidad presente en la población de esta zona. Enfatiza la cadena de reproducción de vida del ser humano miserable, morador de los manglares, que se nutre del cangrejo, producto de la lama del mangle, convirtiéndose él también en un producto de este ambiente físico: un “hombre-cangrejo”, un “cangrejo con cerebro” (CASTRO, 1965).

La visión que tiene el autor de la ciudad mezcla realismo y poesía, con la fealdad de la miseria. “Recife es todo un mosaico de colores, de olores y de sonidos. En este desolado caos urbano, tenemos el reflejo confuso de la fusión violenta de varias culturas. Sólo una cosa tiende a dar sentido estético y a absolver los efectos de los contrastes desconcertantes, poniendo una señal inconfundible a la ciudad: es el paisaje natural que la involucra” (CASTRO, 1967:14).

Con su mirada poética, el autor dijo que la ciudad reflejada en las aguas del río Capibaribe, por ser virtual, tiene una pureza y una integridad que no corresponde a las condiciones de la ciudad real. Esta es la ventaja del simulacro sobre lo original, que es traducido de manera ideal y recreado por los rayos de la luna que no reflejan las circunstancias amargas que conviven en la ciudad y que son proyectadas en las aguas turbias del río Capibaribe.

“Recife es una dádiva de sus ríos” (CASTRO, 1967:15). Incrustada en el encuentro de las aguas de los ríos Beberibe y Capibaribe, en la orilla del océano Atlántico, la ciudad debe su nombre a las formaciones de piedras y de bancos de arena (los arrecifes) que la adornan. Los ríos son las venas que conducen la cultura y la aventura de los caboclos del interior del estado, expulsados de su hábitat

natural por la sequía, por las agruras de las condiciones sociales imposibles de vivir y que se desplazan atraídos por la metrópolis que para ellos es como El dorado idealizado.

Josué de Castro compara los mocambos de Recife con una “senzala<sup>95</sup> remaneciente, fraccionada en torno de las casas grandes de la Venecia brasileña”. La ciudad de los ríos y de los puentes, de los antiguos sobrados palacianos que hoy abrigan a la decadente aristocracia del azúcar, es también la urbe de “los mocambos, de las choças, de los casebres<sup>96</sup> (...), que son construidos en la lama de los manglares. El manglar es un paraíso para los hambrientos, paraíso de los cangrejos, dádiva de la lama negra de la marea” (CASTRO, 1967:15-16).

Los inmigrantes, en general, son analfabetos. Con esta condición y por falta de capacitación profesional no pueden competir con los ciudadanos en un mercado saturado de mano de obra especializada. Para sobrevivir, se mantienen en los subempleos, servicios sencillos informales y temporales mal remunerados, insuficientes para suplir sus necesidades básicas. Sin medios que les permita vivir en una morada formal, su única opción para tener un techo es construir un *mocambo* en un área cubierta por los manglares, muy común en la geografía de la ciudad de Recife.

Desde cuando Castro escribió sus libros, a casi cuarenta años, existían en estos lugares, verdaderas ciudades construidas sobre las aguas de los ríos y de la lama que la marea deja cuando bajan las aguas. Todavía, estas habitaciones primitivas hoy siguen allí, pues la situación social de esta gente no ha cambiado. El sitio es inhóspito e infrahumano, ya que, en la carrera por la supervivencia, las personas deben disputar el espacio con las ratas, los mosquitos, los buitres y los cangrejos. La presencia de estos crustáceos, sin embargo, es una solución para atenuar la miseria presente en el cotidiano de los moradores de las *palafitas*.<sup>97</sup>

<sup>95</sup> El autor hace referencia a la tipología de Gilberto Freyre que en su visión sociológica sobre la formación de la sociedad agraria esclavista de las plantaciones azucareras de Pernambuco, define dos polos distanciados: los señores (que habitaban la Casa Grande) y los esclavos (que vivían en las Senzalas). Vide *Casa Grande y Senzala*, Freyre, 1943, op. cit.

<sup>96</sup>Otros términos para chabola, donde viven los excluidos sociales en Recife.

<sup>97</sup> Nombre de la chabola construida sobre el agua.

El manglar es como una ciudad acuática, una inmensa chabola compuesta de casas rústicas, construidas con paredes de barro batido, techos de paja o de hojas de aluminio, abrigo “de los obreros sin profesión definida, de las personas inadaptadas (socialmente) y de los que vinieron del sertão<sup>98</sup> debido a la sequía, y que para no morir de hambre empiezan una nueva vida en la gran ciudad. Es el abrigo de los agitados, de los conformados y de los vencidos”(CASTRO, 1965:15).

Las casas improvisadas están hechas con la propia lama negra que, endurecida, se adhiere a la estructura de madera natural del mangle. Las ramas de esta vegetación característica, así como la paja, son utilizados para la cobertura del tejado. Cuando la marea baja, los moradores entierran los brazos en la lama para pescar. Después de comer, suelen devolver a la lama sus propios excrementos, el alimento de los cangrejos que se transformará de nuevo en la comida de los hombres, mujeres y niños que viven en este ambiente insalubre. La reproducción de la vida en su biodiversidad, que obedece a este ciclo incesante, describe metafóricamente la integración del ser humano con el manglar.

“El cangrejo crece comiendo lama, engordando con sus porquerías, haciendo con la lama sus carnes blancas que rellenan sus patas con la jalea verde de sus vísceras pegajosas. Los hombres comen las carnes del cangrejo y con ellas hacen las carnes de su propio cuerpo y la carne del cuerpo de sus hijos. Son miles de individuos, de ciudadanos hechos de carne de cangrejo. Lo que el organismo humano rechaza vuelve a la lama para convertirse otra vez en cangrejo”(CASTRO, 1965:23-24).

La fantástica situación de la integración del ser humano con la biodiversidad del manglar, se propaga permanentemente hasta la hora de su muerte, cuando el individuo vuelve a la tierra. “Partiese, aparentemente, en el día de la muerte del individuo, el ciclo del cangrejo, pero los parientes que continúan vivos, derraman lágrimas de cangrejo para alimentar la lama que alimenta el ciclo del cangrejo”(p.25). El autor denuncia de esta forma lírica y cruelmente simbólica la miseria de una gran parte de la población de Recife, que no consigue cambiar la situación de injusticia social en la que se ubican.

---

<sup>98</sup> El *Sertão* es la región interior del estado, lugar inhóspito sujeto a la regular sequía. La explotación agrícola es difícil y la economía se reduce a la creación de animales, caprinos y bovinos.

En el Manifiesto I, los mentores intelectuales del Movimiento *Manguebeat* establecen la relación entre la multiplicidad de vida que circula en la naturaleza del manglar, y la diversidad de manifestaciones de cultura popular de Recife, creando una metáfora de la urbe y el organismo humano. La Ciudad Mauricia se convierte en *Manguetown*, los mangueboys son los cangrejos con cerebro que pretenden “desobstruir las venas culturales de la ciudad, inyectando un poco de energía en la lama y estimulando los restos de fertilidad de las venas de Recife” (MANIFESTO I, 1993). Los símbolos del manglar son utilizados como referencia del Movimiento *Manguebeat*, que saca del caos, de la miseria, de la lama, una propuesta cultural innovadora.

### **3.2. EL MANGUEBEAT, ¿UNA CONTRACULTURA?**

Un aspecto muy importante a la hora de contextualizar manifestaciones culturales, en el momento actual, es analizarlas como fuente de renovación, como forma de ruptura de lo establecido que tiene la propiedad de potenciar cambios, generando nuevos patrones, es decir, una contracultura. En el caso de la cultura popular de Pernambuco, encontramos en el *Manguebeat*, características de una manifestación contracultural. Esta apariencia puede ser atribuida a la actitud declarada de sus creadores de denuncia social, así como la voluntad de trabajar la cultura popular. La propuesta mangue, debido a su intención de presentar alternativas para revitalizar las formas populares de cultura local y de rescatar su utilización para las nuevas generaciones, ya que creen que las formas populares deben acompañar los cambios contemporáneos y volverse hacia el mundo asumiendo nuevas formas, sin olvidarse de sus raíces.

Respecto a estos cambios que se ubican en las culturas locales, García Canclini afirma: "No se puede decir que las culturas tradicionales estén muriendo. Al contrario, estamos descubriendo que la tradición está en transición y articulada a procesos modernos. La reconversión prolonga su existencia" (GARCIA CANCLINI, 1997:31). Vemos la presencia de esta perspectiva en la visión cultural Mangue, en su deseo de ser un vehículo de divulgación de la cultura popular, redescubierta por la juventud local, para que esta pase a sentir orgullo de su hábitat social y cultural – su ciudad –, y a sentir placer en consumirla y a relacionarse con ella.

Entrevistando a los líderes del Movimiento *Manguebeat*, constatamos que todos revelaron esta visión de forma unánime, aunque la presentaron con distintos enfoques. El músico Jorge du Peixe, líder actual de Nação Zumbi, afirma que la rebeldía del grupo a aceptar los patrones arcaicos locales, según los cuales la música producida por el pueblo tenía un carácter de folclore, ha sido lo que caracterizó el Movimiento en su dimensión de ruptura. Aunque personalmente, se declare un respechozo de las opiniones de estas corrientes más tradicionales, no acepta que se considere como forma de música popular local solo el frevo o otras formas nativas, como el maracatu o el caboclinhos. Cree que esta visión anticuada mantiene a la cultura de Pernambuco en una camisa de fuerza que le impide aceptar su modernización.

Según Fred Zero4, el ideólogo más importante del movimiento, el deseo de producir y divulgar un tipo de sonido diferente, más relacionado con lo que estaba ocurriendo en el mundo, surgió de la opresión que los jóvenes recifenses que creaban música sufrían por parte de los grupos que lideraban la cultura local, representados por el Movimiento Armorial. En respuesta a una pregunta sobre la cara contracultural del *Manguebeat*, afirma categórico: “Creo que es una contracultura, pues es una cultura de resistencia, de contestación a una hegemonía cultural” (representada por el Armorial y por los sectores que se nombran defensores de la cultura popular de Pernambuco).

En la entrevista que concidió a la autora del presente trabajo, Fred Zero4(2000) hace referencia a sus influencias punk, de las que aportó una postura de protesta y de oposición a la dominación social e institucional. Esta faceta anarquista se transfirió, en cierta forma, a las ideas del movimiento, al considerar la música:

“Como una forma de ocupación de espacios sociales y un canal político que me permite contestar las condiciones sociales vigentes en mi sociedad. Con esta postura, el *Mangue* rompe con la visión que se tenía del Nordeste, de la exaltación de su exotismo, sin considerar que nosotros vivimos en una ciudad económicamente degradada, en la que más del 50% de viviendas son chabolas, sin alcantarillado y otros servicios básicos. Al existir este cuadro de miseria social, los sectores intelectuales sólo hacen hincapié en las bellezas de la región, en la sequía. La ruptura del *Mangue* fue esto: intentar romper con la temática rural, marca del folclore nordestino, que enfatizaba su exotismo, tratando de la realidad cotidiana de la gente. El punk, el rap, el hip-hop contribuyeron para que la música *Manguebeat* representase esa ruptura, en el sentido de quebrar el ciclo de lo exótico, de lo folclórico y de lo popularesco” (FRED ZERO 4,2000).

La cita revela las divergencias que algunos sectores conservadores e intelectualizados expresan sobre la nueva música, divergencias que para nosotros se configuran en dos niveles distintos: **1)** por suponer que la propuesta innovadora de mezclar formas culturales iba a “descaracterizar” las formas de música y bailes populares locales, **2)** por temer que la recepción de ideas inéditas y estilos de vida que aporta el *Mangue*, invadiese el imaginario colectivo, principalmente el juvenil, e hiciera tambalear los conceptos consagrados socialmente, generando

comportamientos de contestación contra los valores tradicionales (y en cierta forma a la autoridad política).

A pesar de ser una metrópolis regional, por su consistencia cultural, Recife revela rasgos de un provincianismo profundamente conservador, propios de la sociedad arcaica heredada de una élite azucarera que, como comentamos en el Capítulo II, asumía aires de nobleza. En los años noventa, cuando surgió el Movimiento *Manguebeat* en la cultura pernambucana, “lo máximo que se permitía como innovación era lo que dictaba el movimiento Armorial que reproducía una mezcla de cultura europea y poesía de cordel, es decir, una concesión a lo Ibérico, que personalmente considero ridículo, por suponer que: lo que es europeo es bueno, lo que es norteamericano es malo!”<sup>99</sup>

Esta crítica va dirigida a la postura de Ariano Suassuna, autor teatral, y a su grupo de seguidores, que sistemáticamente están en contra de la influencia norteamericana o de la cultura de masas en general, y tienen una fascinación por lo europeo, lo ibérico. Este pensamiento estuvo de moda en los años cincuenta y sesenta entre los intelectuales sudamericanos de izquierda, como hasta hoy se declara Suassuna. Aunque actualmente estos intelectuales sean menos radicales en sus discursos, las ideas radicales sigue siendo mantenido por Suassuna que no admite la transculturación entre culturas y la hibridación proporcionada por estos contactos inevitables.<sup>100</sup> Como citamos en el capítulo anterior, esta forma de percibir y de rechazar la hibridación que se producen cuando culturas entran en contacto, se contradice con la forma de percibir el tránsito de la cultura popular de los autores latinoamericanos Nestor García Canclini, Jesús Martín - Barbero y Carlos Monsiváis.

Según Ariano Suassuna (2001), la cultura popular debe alejarse totalmente de la cultura de masas, porque provoca su uniformidad y el aplastamiento cultural. Para él, la verdadera cultura brasileña, “lo mejor que poseemos en términos culturales” son las manifestaciones de origen negro, indígena e ibérico arcaico. La cultura cosmopolita, permeable a las influencias extranjeras y al moderno

---

<sup>99</sup> Las citas son de la habla de Fred Zero4, en la entrevista ya citada y en el artículo del cantor “Contra a clonagem autoritária” (DIARIO DE PERNAMBUCO, 12.09.1999). El *Cordel* es una forma de poesía típica del Nordeste, presentada en pequeños libros artesanales que circulan hasta hoy en los ambientes alternativos. Antes de la llegada de los medios de comunicación en las áreas rurales, era como un periódico que circulaba en las ferias, haciendo la crónica de los acontecimientos locales y nacionales.

eclecticismo, asociada a la globalización y “al rollo compresor de la industria cultural”, no es cultura nacional auténtica ya que induce a la uniformidad de las costumbres. Este comentario del autor de destacadas obras de literatura que están traducidas en otros países, como “El autor de la Comadrejita”, transformado en película en 2001, por Guel Arraes, ilustra bien sus ideas de un tradicionalismo arcaico en relación a la hibridación cultural.

“Lo que no admitimos es la uniformización, el aplastamiento de la cultura esparragada por los medios de comunicación de masas; aquella que es nivelada por el gusto medio y no por calidad artística; que considera Elvis Presley y John Lennon tan importantes” (SUASSUNA, 2001:D2).

En artículo publicado en el periódico Diario de Pernambuco, en que tenía una columna semanal, Ariano Suassuna describió la pelea que mantuvo con Octavio Frias Filho, intelectual que critica en un artículo que asinó en un periódico paulista su posición tradicionalista ante la cultura popular, expresada en una aula que proferió Suassuna en la Universidad de São Paulo, en 1995, en la que se expresa: “Una cultura auténtica es una cultura enraizada en el repertorio ibérico enriquecido por las tradiciones africanas y indígenas”.

Frias, contesta estas palabras diciendo: “Esta cultura es lo que tenemos de más arcaico y tal vez de mejor, pero el soporte económico – social a que le corresponde desapareció o está a punto de la extinción. No parece posible desarrollarla artificialmente, sin la presencia de formas vivas que la engrandezcan. Para lo bien o para lo mal, el futuro de nuestra cultura parece estar en otra tradición local, cosmopolita y litoránea, permeable a las influencias extranjeras y al ecletismo moderno, tradición esta que gana impulso con la globalización” (SUASSUNA, 2001:D2).

Suassuna, con su purismo ingenuo, olvidase de que todas las formas culturales son el resultado de una praxis, producida como consecuencia de patrones asimilados por el imaginario individual, y anclado en el colectivo, y se desborda en las obras populares. En la formación de estos patrones convergen los discursos cotidianos, entre los cuales se encuentra el de los medios de comunicación de masas que destaca por la cercanía que mantiene con el público,

penetrando en su intimidad cotidiana. Tenemos que adaptar el arte, el talento, las formas de cultura en general, al contexto histórico y cultural en que éstas son vividas.

El horror manifestado por este autor de obras memorables de la literatura nordestina y brasileña, cuando no admite comparar la calidad artística de las obras de Elvis Presley y John Lennon con las de Bach o de Stravinsky, está basado en la falta de percepción de que el concepto de arte en la Postmodernidad ha cambiado y que lo que lo determina ahora es el contexto y las necesidades de los artistas para crear sus obras. Además, este intelectual, que se dice defensor de la cultura popular, la desprecia en cuanto arte, ya que sublima la cultura erudita como cultura superior. Mientras tanto, se contradice al aceptar que su creación artística más conocida, el “Auto da Compadecida” sea producida por la industria cultural.

Respecto a la postura de Ariano Suassuna, el científico político Michel Zaidan comenta en un artículo publicado en el periódico Diario de Pernambuco (01.03.2001:E3) que el autor, en tiempos más lejanos, “ya ha sido más intransigente con relación a otras formas de manifestación cultural moderna y a los tentáculos de la industria cultural capitalista”. La crítica refiere al permiso que Ariano Suassuna concedió a la Rede Globo de Televisão, uno de los iconos de esta industria, para que adaptase su obra más famosa, transformándola en una miniserie de éxito.

Los sectores culturales más tradicionales, los que se dicen “protectores de la cultura popular”, a los que llamamos puristas, han criticado también el movimiento mangue por utilizar elementos culturales nacidos y popularizados en el contexto norteamericano, como los ritmos y los vocablos en inglés. No han sido capaces de entender que la nueva propuesta musical pretendía destacar la cultura local, haciéndola contemporánea. En palabras de los mangueboys: “deseamos hacer una música sin fronteras, una música urbana, cosmopolita, sin xenofobias” (FRED ZERO4, 2000).

Al igual que el mangue, la quadrilha<sup>101</sup> también pasa por el mismo rechazo. Esta danza de origen francesa fue introducida en los salones de la burguesía nacional en el período colonial, y después evolucionó y se popularizó entre la plebe de las áreas rurales. Los defensores de la cultura popular critican los grupos de quadrilha – que continúan la tradición en el Nordeste, por querer modernizar este baile introduciendo nuevos ritmos y una nueva estética. Las ropas usadas en las presentaciones que deberían ser como las de los moradores rurales de antiguamente, parecen más una copia de la moda country norteamericana, o del flamenco español.

Esta transformación del figurín, aunque tenga influencia extranjera, pretende modernizar la quadrilha adaptándola a la realidad social y a las exigencias de la televisión, y en nada contribuyen para extinguir la forma tradicional que continúa siendo reproducida en las fiestas de San Juan, en las áreas rurales y urbanas de la región Nordeste brasileña. Al promover esta tradición por medio de concursos entre distintos grupos, el medio electrónico exige una estética más adecuada a la recepción televisiva, creando una nueva forma denominada “quadrilha estilizada” que tiene el carácter de espectáculo, pero ayuda a mantener la tradición del baile.

Esta perspectiva tradicionalista de interpretar las formas culturales populares olvida que la cultura se hace a través de actos dinámicos que reflejan el contexto histórico y social. La propagación de los medios de comunicación electrónicos en las zonas rurales brasileñas, principalmente de la televisión, cambió los hábitos de sus habitantes, así como sus formas de vestir, de bailar y de acicalarse, influenciados por las novedades que aportaba la cultura de masas. Estos cambios afectan a las formas artísticas populares que, por un lado, extinguen rasgos culturales típicos que ya no forman parte de la realidad y, por el otro, favorecen su reproducción y su cristalización renovada, y se introducen como hábito entre las nuevas generaciones que aportan nuevas demandas, porque tienen una perspectiva diferente de mirar el mundo y de consumir la cultura.

Las culturas populares locales, con su poder de resistencia, adaptan sus conocimientos y sus prácticas a las nuevas circunstancias contextuales “redibujando las fronteras entre lo tradicional y lo moderno, lo local y lo extranjero, lo

---

<sup>101</sup> Baile típico de las fiestas de San Juan y San Pedro, traducción de los ambientes rurales, hoy también es típica en las zonas La juventud y el simbolismo de la música *Manguebeat*: valores y Postmodernidad

popular y lo elitista” (GARCÍA CANCLINI, 1984:38). Renato L (1999), en la misma entrevista citada anteriormente, concedida a la autora de este estudio, comentó que todas las formas inéditas de cultura son básicamente underground en su inicio y que pasó lo mismo con la música *Manguebeat* en el contexto recifense.

Esta afirmación se adecuaría al *Manguebeat*, pues su rasgo más innovador ha sido el discurso sobre la ciudad que revela la difícil realidad social que soporta la mayoría de la población, una denuncia que, para los segmentos dominantes de la sociedad brasileña, no es más que un discurso marginal. Otra innovación de la música *mangue* ha sido preconizar la creación de una escena cultural diversificada, alejada de un sonido específico o de un ritmo dominante, lo que contrariaba los patrones de una cultura popular local uniforme.

Las empresas discográficas observan rápidamente las posibilidades comerciales de la novedad *mangue*, principalmente las de los grupos Chico Science & Nação Zumbi (CSNZ) y Mundo Livre S.A. (de Fred Zero4), e invierten para lanzarlas en el mercado nacional e internacional. Otros artistas del movimiento mangue también son ejemplo de interés comercial más reciente, como el cantante Otto, el que se inicia en la música como percusionista de Mundo Livre S.A. Con su primer disco en solitario, *Samba para burro*, ha logrado un gran éxito entre la crítica musical nacional. “Otto trae regionalismo nordestino más rock y música electrónica en su música moderna” (PALOMINO, 1999:128).

Con su visión empresarial tradicional, las discográficas consideraron que la música Mangue debería tener un patrón, y que éste sería el de la banda pionera de Chico Science. Esto ocurrió cuando ofrecieron un contrato a Mundo Livre S.A. “La empresa discográfica Sony quería contratarnos, pero exigía que Fred colocase un tambor en la percusión, para que el sonido fuese parecido al de CSNZ. El grupo decía: No deseamos que una banda sea igual que las otras, no se crea una uniformidad para identificar el movimiento. Ellos no entendían que la diversidad era el origen y la identificación más fuerte del movimiento. Creo que esta insumisión a los patrones de la Industria Cultural fue un recurso marginal que caracterizó el movimiento como contracultural” (RENATO L., 2000).

Otro aspecto que destacamos para explicar el rechazo inicial sufrido por el *Manguebeat*, por parte de algunos sectores sociales en los que se incluyen una parcela considerable de jóvenes, es el estilo de vida y la visión de mundo que las ideas mangue aportan. Las perspectivas que componen los valores que divultan, aunque no sean intencionales o explícitos, proponen libertad de comportamientos y contestación a las actitudes tradicionales, (generando lo que Renato L. definió en nuestra entrevista como actitudes marginales) en definitiva, una postura ante la realidad distanciada de los patrones sociales vigentes.

Cuando la sociedad dominante que define las normas sociales y culturales se siente amenazada, califica de marginales las ideas y las personas que divultan nuevas ideas, como un acto reflejo de preservación. Creemos que ha sido este sentimiento de preservación de las reglas sociales, lo que ha provocado el rechazo de la imagen de los mangueboys y manguegirls. Incluso el consumo de marihuana, práctica extendida entre los jóvenes de todas las clases sociales, es atribuido a los adeptos del *Mangue*, a lo que se añade la fama de vagabundos, debido al desinterés por el éxito social y el consumismo.

La propaganda negativa velada, emitida por el control social, puede ser la responsable de la actitud de desprecio que algunos jóvenes sienten por el *Manguebeat* y sus adeptos. Uno de los jóvenes entrevistados en la investigación que coordinamos en 1999, citada anteriormente, expresó la siguiente opinión sobre sus seguidores: “Son vagabundos, drogados y no les gusta trabajar”.

Esta discriminación practicada por la élite dominante tiene un contenido de clase, ya que los jóvenes que se declaran adeptos provienen en su mayoría de clases sociales media baja y pobre, aunque hay muchos de la clase media alta. Esta inferencia está formalizada en las declaraciones prestadas por los autores *Mangue* que entrevistamos.

Comentando sobre el tema de la discriminación. Fred Zero4 es enfático al denunciar que la discriminación con la que los medios de comunicación formales de masas, como las radios, tratan los grupos musicales del *Manguebeat*. En vez de prestigiar los artistas de la tierra, se someten a las grandes casas discográficas y

solo divultan los discos que son indicados por ellas, que después de masificados en el gusto de los públicos tornase éxitos de ventas. Para el artista, esta postura ayuda a cristalizar la imagen social negativa de los seguidores del mangue.

A propósito de esta actitud “de mercantilismo cuadrado pura y sencillamente”, José Teles(2000) habla que las emisoras de radio locales - FMs, las más oídas por la juventud -, cuando editaron los primeros discos compactos de grupos *Manguebeat* “ignoraban solemnemente la nueva música local, lo que representaba el máximo de la actitud de estupidez”. Una ocasión, la Sony Music, la discográfica que mantenía Chico Science & Nação Zumbi bajo contrato, liberó una versión de la música “A Cidade”, para divulgación en las radios y la mayoría de las emisoras locales no la tocaron por que no deseaban hacer publicidad de la emisora rival, la Radio Cidade. ¡Esto ha sido un acto de berbería y de ignorancia!” (TELES, 2000:301).

Como no puede haber música sin las radios, Fred Zero 4 afirma que mismo con el éxito en otros lugares, algunos bien más “civilizados”, la música del *Manguebeat* motivó el público, solo no consiguió cambiar la visión conservadora y prosaica de las clases dominantes, que son las propietarias de los medios de comunicación locales. En su percepción, todo es una cuestión de apariencia (que para la visión mangue, no tiene importancia).

Así se expresa el artista, en entrevista a la autora: “Se eres un artista de prestigio social eres socialmente aceptado:sobre esta cuestión, creo que para muchos sectores de la sociedad, de la élite pernambucana, el *Manguebeat* aún es un movimiento que es visto con mucho desprecio. Las personas más tradicionalistas dicen de los adeptos: ‘Lo que hacen es cosa de malandro, de maconheiro!’ <sup>102</sup> Esta imagen que tenemos no está de acuerdo con nuestras ideas de respeto al trabajo y de otros valores. La letra de una de nuestras canciones dice: ‘Deseo trabajar, no importa de donde viene la bala, cualquier día tú despiertas harto y no importa de donde viene la grana (el dinero) si tú tienes el bolsillo lleno’. Para tener el respeto de esta sociedad, es necesario que tengas dinero. Se las bandas mangue no consiguen tener el éxito merecido en el mercado, lo que resulta en éxito financiero, continuaran a ser discriminadas. El prejuicio de parte de la

---

<sup>102</sup> *Maconheiro* es un término para designar a los chicos que fuman *marihuana*, en portugués *maconha*, y se utiliza como expresión de La juventud y el simbolismo de la música *Manguebeat*: valores y Postmodernidad

sociedad burguesa es reproducido por la propia prensa al exigir que las bandas *Manguebeat* tengan ventas exitosas de discos. (...) La banda que finalmente surgió como moda en el mercado nacional, o solo que gane dinero, puedes tener la certeza de que va a ser ídolo de buena parte de esa juventud que desprecia el Mangue y que prefiere consumir el pagode o otros ritmos ligeros que son promocionados por la industria cultural”(FRED ZERO4, 2000).

En el escenario local, prevalecía la discriminación social en contra los grupos que revelaban una postura contracultural, no solo de la sociedad formal como de los medios de comunicación escritos, televisivos y radiofónicos que desdeñaban el *Manguebeat*. En el ámbito nacional, la modernidad que marca la música *folk-pop* de Chico Science y Nação Zumbi colaboró para que esta fuera bien aceptada, además de asimilada y valorada en los centros donde la posmodernidad ya había llegado.

Esta música mangue es una música joven, para el consumo de un público que tiene con ella más que una mera relación de entretenimiento y diversión (como en el Pagode y el Axé-music), porque revela un sentido de identificación, en la forma de percibir el mundo y de cómo relacionarse socialmente.

“En nuestro escenario nacional, especialmente en el de Pernambuco, dominado por una estructura rígida de poder mantenida a costa de la vigencia de valores tradicionales, en que ‘el de arriba sube y el de abajo baja’, como dijo la canción A Cidade, la mayoría de las bandas que continúan el trabajo iniciado por el “Cangrejo con cerebro” más brillante, deben permanecer por algún tiempo aun con una imagen marginal. Sus composiciones musicales originales continuarán a ser rotuladas por la industria discográfica como mercancías culturales que no venden, mas que tienen valor para una minoría juvenil de mente abierta, que cada día les confiere más espacio social” (MARKMAN.1999:A3).

---

desprecio.

### **3.3. LOS SONIDOS DEL MANGUEBEAT**

Consideramos importante hacer referencia a las características de la música creada por las bandas mangue, que es determinada por la mezcla de elementos que junta el popular con el pop. Aunque, la diversidad sea una de las marcas que identifican el movimiento, tomaremos como ejemplo el perfil de la música pionera producida por Chico Science.

Los sonidos de una canción constituyen una marca que las distingue de la habla o discurso cotidiano, por lo tanto, tiene la capacidad de significar el discurso no cotidiano, cómo son, por ejemplo, el discurso estético o el discurso sacro. Los especialistas diferencian algunos aspectos de los textos de canciones de los textos de habla. Un de estos aspectos es la intensidad con que se produjo los sonidos que emiten los significados. Su patrón de emisión (ritmo) es con mayor frecuencia un marcador de la canción, o de la poesía que, para muchos, no se distingue de aquella.

El ritmo no se produce sólo por la fuerza de la voz o de los instrumentos de percusión, mas puede ser acompañado por gestos corporales, por batidas de las manos o de los pies (HODGE,1998). El significado normal del ritmo es el de fornecer un patrón de organización, de regularidad a la música. Con relación al tono, es un aspecto que distingue el género de la canción. Barthes define lo que él llama “genocanción”, que es “aquel nivel profundo de la producción de una canción donde la melodía trabaja en el lenguaje (no en relación a lo que éste expresa, sino la voluptuosidad de sus significantes, de sus sonidos), donde la melodía explora cómo funciona el lenguaje y cómo se identifica con este funcionamiento” (BARTHES,1972:182).

Cuanto a los sonidos mangue, según las propias palabras de Chico Science, en entrevistas concedidas en varias ocasiones, su música usa como ritmo una mezcla de samba-reggae (que tomó del grupo folclórico afro Darué Malungo (significa en idioma yoruba, compañero de guerra), *Rap*, *Raggamuffin* (de sus orígenes del *Hip-hop*) y *embolada* (la representación del más puro de la cultura popular nordestina). La músicas, de casi todos los grupos musicales utilizan la

samba como ritmo, haciendo una relectura de éste. Ejemplos de esta postura son los CDs “Afrociberdelia” de Chico Science & Nação Zumbi y “Por pouco”, el más reciente de Mundo Livre S.A., en que la samba aparece en varias versiones, en todas las composiciones.

La base de la producción rítmica mangue es la percusión, con los tambores, las cajas usados en el maracatu y la batería, cuyos sonidos metálicos no aparecen en todas las músicas. Otra característica es la participación de instrumentos eléctricos, como la guitarra y el bajo acústico, incluso la introducción de la batería eléctrica, responsables por los acordes melódicos. Otro elemento moderno que es muy usado para conferir destaque a la música es el sampler, algunas veces sólo para añadir un ruido especial, como un apito de escuela de samba, por ejemplo, en otras juntando dos músicas y produciendo un refrán necesario a la producción de un sentido musical, por ejemplo, uniendo el baque del maracatu rural al baque del maracatu urbano, que son distintos, como en la canción “Maracatu atómico”.

“Los instrumentos de percusión pesados sustentan acordes poderosos (...) en algunas músicas se nota el caudal de tambores ensordecedores y guitarras incendiarias que parecen invocar truenos y rayos” así describió la música mangue el crítico John Pareles, del New York Times (25.06.1996). Cómo lo ha sentido el crítico, los sonidos mangue son lo que más interesa en la música, más que la melodía que, en general, es lo principal que se pretende en una composición musical. El resultado sonoro de esta mezcla, es una música “dura”, como los temas sociales y políticos que enfatizan, con poca melodía “un sonido crudo, con este dato de raíz, de tocar tambor, tocar bumbo, largando la porrada en cima”, afirma Chico Science (TELES, 1997:25).

La poca preocupación con la melodía en las músicas, que casa con los temas de las canciones, de fuerte contenido de contestación y denuncia social, y en algunas de ella suena monótona, como ocurre en el rap, lo que el estilo de cantar (la embolada), con frases cortas y en un mismo tono, parece más habla que canto. Esto es un factor que caracteriza el *Manguebeat* como un género de música para ser oído como un mensaje que haga pensar, que se necesite decodificar y no como una canción que tiene sencillamente el objetivo de entretenir y de hacer bailar.

Tal vez sean estas peculiaridades lo que sensibilice a un público especial, una juventud que tiene preocupaciones sociales y políticas y no que esté en el gusto de toda una generación, o de un público más amplio. Vemos el público del *Manguebeat* con semejanzas a los adeptos, en Cataluña, de la Nueva Canción Catalán, movimiento en los años cincuenta y sesenta de una juventud con preocupaciones sociales y políticas. Estas características, también, justifican que en nuestras investigaciones, consideramos las canciones no como un género de música, pero como un texto, una construcción escrita y poética, descartando el análisis de los sonidos, de la relación entre sonido y letra. Suponemos que el público que oye las canciones, se fija en los versos, en los temas, en los sentidos que los artistas desean producir y divulgar en ellas y no las utilice sólo para bailar. Los sonidos, para este público tienen relevancia como una referencia a los significados culturales que las canciones aportan.

### **3.4. SOBRE EL CONCEPTO DE JUVENTUD**

Antes de describir a los jóvenes adeptos del movimiento *Manguebeat*, suponemos que es necesario detenernos en algunos conceptos teóricos que serán útiles en la configuración de la juventud como un grupo de cambios, que en la época contemporánea, se reviste de especial significación como productor y producto de novedosas perspectivas sociales y políticas. La juventud es más que un grupo social con configuraciones específicas que se debate entre la infancia que ya abandonó y la madurez que todavía no llegó.<sup>103</sup> Los jóvenes son personas que desempeñan roles sociales, aunque en la sociedad dominada por los adultos no alcanzan prestigio en los espacios públicos y privados, ya que necesitan el reconocimiento de legitimación de éstos.

En un mundo en que predomina la ideología liberal-capitalista, su credibilidad y su existencia formal están inexorablemente definidas por la participación en el mercado. La imposición productiva hace que socialmente no tengan, aún, existencia pública. Mediante la inserción en la producción, los

---

<sup>103</sup> Algunas teorías sobre la juventud la definen como un estadio incompleto de transición de un estado (juvenil) a otro (adulto). Los jóvenes son vistos con la perspectiva de los adultos y de los intereses de la socialización que deben alcanzar (o asimilar). Por esta idea los rebeldes serían los de “socialización incompleta”. Esta no es la perspectiva teórica que adoptamos aquí. Consideraremos como jóvenes las personas que están en el intervalo de edad de 15 a 29 años.

adolescentes asimilan el sentido del deber, de pertenecer a una comunidad, y la ética de la responsabilidad (PASCUAL, 1995), es decir, concretizan su socialización.

En definitiva, ser joven implica tener una constitución fisiológica, psicológica y cognitiva en formación, lo que equivale a decir, estar en un estadio de transición. La juventud constituye una etapa de la vida en la que el individuo inicia sus descubrimientos del mundo circundante, de la sociedad, de sus códigos de limitaciones y de las expectativas que cercan los comportamientos de los roles sociales. Sin embargo, el joven, al ser libre y dotado de voluntad puede aceptar o rechazar los valores que le son impuestos.

Las variadas formas de percibir el proceso de construcción de la juventud son paradójicas, en función de entenderlos como sujeto, productor de una apropiación e interpretación de su realidad; en cuanto Yo único, dotado de expresión original; y en cuanto ser social que debe reconocer su entorno y cimentar sus propios referentes al universo de simbolización que le abarca.

Otra concepción analítica más conservadora ve a los jóvenes como objeto de las prácticas de la socialización o de las seducciones de la ideología consumista. La visión del joven como objeto puede hacer con que se le considere una víctima. Algunas actitudes antisociales que se observa en muchos adolescentes, como la marginalidad y la drogadicción, sería el efecto de procesos de regulación social contradictorios, en niveles ideológico y productivo que pueden generar actitudes de conformismo o de rebeldía (PASCUAL, 1995).

Una de las materializaciones de esta forma de entender la juventud está presente en los medios de comunicación de masas, principalmente la publicidad, que la toma como objeto de consumo. Como los segmentos juveniles constituyen un grupo abierto a las novedades y tienen un tiempo razonable de ocio, representan una pieza de consumo importante. La publicidad ha creado una estructura de marketing que vende la imagen del joven como un valor agregado a los artículos de consumo. La imagen de juventud se traduce, dentro de la publicidad, en una mentalidad que puede ser consumida por todos. “¡Seamos modernos, seamos jóvenes: tenemos que vestirnos como ellos, comer lo que ellos comen, beber la bebida que prefieren, lo que nos hace vivir sus emociones!”

La cultura juvenil de los años setenta calificó a la juventud de segmento consumidor de moda, motocicletas y música pop, objetos identificados con el ambiente urbano que también era vendido como la forma ideal de vivir (LYON, 1994). La publicidad utiliza los símbolos que constituyen el estilo de las tribus juveniles para atraer a los consumidores adolescentes, sobre todo a los de clase media más conservadora. Para sentirse actualizados, éstos buscan una forma de identificación visual con ideas de rebeldía y libertad, aunque sin asumir en sus conductas, el sentido de protesta que tales símbolos representan.

En la visión de las instituciones del mundo adulto, la juventud es la categoría social que reproduce los valores y las creencias de una sociedad. Por lo tanto, debe ser inducida a asimilar las condiciones y las perspectivas axiológicas que definen la sociedad convencional. En las sociedades en desarrollo, al lado de condiciones degradantes socioeconómicas, las poblaciones juveniles asimilan mensajes de valores inéditos mezclados a estímulos de consumo que no se armonizan con sus pautas culturales y de remuneración. Las mercancías que llenan un mundo moderno son vendidas para un público que convive con otra realidad financiera, pero se tornan objetos del deseo de consumidores de todas las condiciones socioeconómicas.

Para asegurar la reproducción de los parámetros tradicionales las sociedades demandan y sugieren expectativas de comportamientos que muchas veces no vienen acompañadas de los medios para alcanzarlas. En las sociedades latinoamericanas y en otras menos desarrolladas, las exigencias de consumo, presentadas como imperiosas para la vida cotidiana, son, para una gran parte de la población, de alcance inviable, pues a las demandas de consumo no corresponden los medios económicos para obtenerlas. La imposibilidad de lograr los objetos de deseo genera sentimientos de frustración e impotencia en esta masa de consumidores que ocasionalmente conduce a actitudes antisociales, denominadas “anómicas” (MERTON, 1970). <sup>104</sup>

---

<sup>104</sup> Según Robert Merton (1970), Sociología: teoría e estructura, p.238, Las actitudes anómicas con las que los individuos reaccionan ante las condiciones de desagregación social son: *conformidad, innovación, retratamiento y rebeldía y ritualismo*. Cada persona se adapta a las metas culturales y a los medios institucionales a que tienen acceso en su contexto social.

Entre estas condiciones, cuyos perfiles definen la estratificación social, están: el acceso a la educación, a la salud, así como la situación familiar, lo que puede, unido a aspectos concretos como los económicos, definir la transición del joven hacia la madurez con mayor o menor complejidad. En esta medida, la jerarquía de la prioridad de actitudes y de conductas se construirá según las motivaciones de la realidad concreta de que dispone el joven.

Los individuos que forman parte del segmento social sometido a los problemas sociales pueden desarrollar comportamientos antisociales, de violencia y ruptura de las normas formales y drogadicción. Mientras tanto, a través de su cognición, cada individuo procesa la interpretación subjetiva de su propia situación. Así, dos individuos jóvenes sometidos a las mismas condiciones contextuales, pueden manejar de distinto modo la misma situación concreta de presión social. Esto explicaría, por ejemplo, por qué jóvenes que viven en entornos urbanos de miseria, desajuste familiar y carencia social, no siempre asumen la marginalidad de su medio, sino que se vuelven ciudadanos socialmente integrados.

La categoría “generación” es otra idea con diferentes connotaciones y, a través de ella, también se analiza la juventud. Este concepto corresponde a la noción de universalidad de actitudes y conductas que se uniforman en todas las culturas (PASCUAL, 1995). No obstante, pensar que todos los adolescentes reaccionan igual ante los mismos fenómenos es muy simplista y parte de la visión en que la acción de sus hormonas, de sus humores, de su fisiología, consecuencia fatalista de su edad, puede definir comportamientos uniformes en adolescentes indios, anglosajones e iraníes, por ejemplo.

La falta de concordancia en cuanto a los criterios que definen el fin de la adolescencia y de la juventud en las diversas sociedades es un elemento que nos lleva a concluir que los parámetros están condicionados por las definiciones culturales que emanan de la estructura social y por la naturaleza de los contextos en los que son gestadas. Además, los estilos juveniles modernos se basan en el bricolaje, lo que no funciona en todos los ámbitos con idénticas formas (CANEVACCI, 1996).

Paul Yonnet (1988) recurrió a dos ejemplos que encontramos pertinentes para ilustrar nuestras observaciones. El autor alude al origen del concepto adolescente, gestado en la sociedad romana (monárquica y republicana) machista, en la que el pater familias funcionaba como jefe absoluto de los miembros de su familia. El adulescens, del verbo adulesco que significa crecer en latín, representaba un período de la vida únicamente de los descendientes varones, período que iba de los diecisiete años a los treinta. “Los varones llevaban la ‘toga viril’ que representaba una gama de responsabilidades militares y cívicas, un aprendizaje que hacia de la adolescencia un período de crecimiento social e individual”. En cambio, las jóvenes mujeres que “eran perpetuamente menores de edad y escapaban del dominio de su padre para caer en el del marido, nunca fueron llamadas adolescentes” (YONNET, 1988:139 y 140).

En Francia, en el siglo XIV, se redujo el ciclo de años para que los jóvenes fueran considerados maduros. Para los franceses de entonces, la adolescencia terminaba a los quince años, cuando los niños asumían responsabilidades sociales. En la cultura judía, hasta hoy en día, los chicos asumen su espacio de adultos, es decir, su madurez, a los doce años, cuando se introduce a los varones en el universo de los hombres y toman su lugar en las ceremonias religiosas. Paul Yonnet continúa afirmando - y concordamos con su opinión - que “la sociedad juzga según criterios internos; obedece a la lógica interna de sus relaciones sociales”, para definir los parámetros del advenimiento de la madurez en los jóvenes. Por tanto, la actuación de los efebos se subordina a patrones culturales que históricamente se instalan en el medio social (YONNET, 1988:140).

Otro ejemplo que comprueba este hecho es que las manifestaciones culturales de una época que influencian los gustos y las conductas juveniles se reproducen en varias sociedades, asumiendo formas originales. La cultura juvenil pop de los años setenta poseía características diferentes en los Estados Unidos y en Europa. También se generó una versión latinoamericana, expresión de una realidad económica y social subordinada. Las relaciones de los jóvenes con dicha estructura hizo brotar otros símbolos, aunque copiados de la versión original norteamericana divulgada por los medios de masas, conforme discurriremos en el marco teórico de este estudio.

Otra forma de interpretar las actitudes y comportamientos juveniles que los subordina a una etiqueta y generaliza algunas de las conductas comunes entre la gente que está en una faja específica de edad, es tratar a los jóvenes como una subcultura.<sup>105</sup> Sin embargo, al considerarlos como agrupamiento específico de cultura que desarrolla roles diferenciados, debemos tener en mente que la idea de que los jóvenes representan una subcultura universal, sólo puede ser aceptada en un contexto en el que la mundialización cultural sea una realidad, lo que significa que todas las culturas asumirían un solo marco de patrones.

Esta percepción también refleja una desestimación de la actuación concreta de las características culturales y de la ideología dominante, elementos que definen las reglas de la socialización a las que está sometido el individuo. Podemos reconocer el segmento joven como una subcultura, pero sin ser de carácter universal, pues sus rituales, comportamientos y definición de la realidad están marcados por las prioridades de valores de su sociedad, tanto en su aceptación como en su rechazo, aunque algunas teorías de ámbito axiológico consideren universales algunas de esas prioridades, como comentamos en el Capítulo I.<sup>106</sup>

Por lo tanto, hablar del concepto de juventud es hablar de varias subculturas juveniles ya que, en rigor, cada sociedad o civilización produce las suyas, con características propias, en momentos históricos determinados. Estas formas culturales se identifican por los estilos, los símbolos exteriores de las ideas que defienden y que demandan modos de vida específicos (HALL & JEFFERSON, 1976).

A modo de ejemplo diremos que uno de los aspectos que consigue delimitar a la juventud es la estratificación social, pues los estilos de vida están condicionados por el consumo y éste por las condiciones socioeconómicas que, al final, conforman las conductas sociales y los hábitos culturales. Podemos incluso aceptar que los jóvenes asumen unas actitudes y unos comportamientos comunes en todas las culturas, como una disposición producida por las hormonas en erupción, pero no aceptamos el hecho de que este grupo vive una cultura de carácter universal. La

---

<sup>105</sup> Sobre subcultures juveniles ver MCROBBIE, Angela, 1990, Feminism and youth cultures: from Jackie to just seventeen, FRITH, Simon, 1981, HEBDIGE, Dick, 1979, Op.cit y HALL, S. & JEFFERSON,T. (cords)1976, Resistance through rituals.

<sup>106</sup>Ver el apartado final del Capítulo I donde se analiza los estudios realizados por Simon Schwartz y María Ros, 1996 y Álvaro Tamayo 1994 sobre la mentalidad de valores de las naciones.

aceptación de los patrones, así como el rechazo que expresan a través de los rituales, de los comportamientos y de la percepción de la realidad, asumen distintos matices en distintas culturas, ya que están marcadas por las prioridades axiológicas de la sociedad en la que viven.

### **3.5. LA JUVENTUD CONTEMPORÁNEA Y LA SIMBOLIZACIÓN DE LA COMUNICACIÓN DE MASAS**

A la hora de describir a los jóvenes, hay que tener en cuenta el contexto en el que están ubicados. En realidades tomadas por la tecnología de la informática, esta proximidad define una familiaridad entre la juventud y la tecnología, cuyo entendimiento y manipulación nos permite considerarlos como representantes de una generación digital.

El poder de la tecnología de la informática impone la presencia de relaciones con lo real basado en un nuevo tipo de cultura conceptualizado como cibercultura que redefine el poder de los actores juveniles en la estructura de poder contemporáneo. Cada vez se hace más evidente que la nueva generación puede asimilar mejor los cambios posmodernos, gestar y acompañar las novedades, en el ámbito de la Economía y de la tecnología. Los líderes actuales son jóvenes: la tecnología en manos de la creatividad juvenil en el Valle del Silicio convirtió a Bill Gates en uno de los hombres más ricos del mundo antes de cumplir los cuarenta años; en el control del comercio en Internet y de la nueva economía se encuentran los representantes de la nueva generación.

Esta faceta juvenil actual es un elemento de partida para aclarar el proceso de cambio de las actitudes de los jóvenes frente al mundo, provocado por un remolino en la forma de vivir su interacción con la realidad. Esto caracteriza el momento revolucionario de mutación tecnológica constante que se observa en este inicio de siglo, de forma generalizada, y que afecta a todas las culturas. Los patrones por los que se observa el contexto social sufren una transformación significativa y altera la posición de la juventud en el macrocosmos social. Las nuevas generaciones se enfrentan a la exigencia de la asimilación de los

comportamientos esperados por adultos que representan la visión tradicional de la vida, y el estímulo de formas inéditas de percepción de la realidad.

La reflexión sobre estos cambios debe considerar que se agudizan para la juventud que vive en el mundo subdesarrollado, en el que las cristalizadas formas tradicionales de relaciones interpersonales contrastan con los nuevos patrones. En estos ambientes, la discusión de la dicotomía entre los rasgos conservadores y los modernos, proporcionados por los medios tecnológicos que conviven de forma paralela en esas sociedades. Entre éstos, citamos la televisión como el más popular de ellos, que por sus mensajes provocan de forma más contundente la eclosión de sentimientos de incertidumbre y de ambivalencia en las identidades juveniles.

Con relación a los adolescentes brasileños, una investigación realizada en 1996 con 943 jóvenes de seis ciudades brasileñas reveló, entre otros datos, que escuchar música (72,9%) y ver televisión (61,0%) son las principales opciones de utilización del tiempo libre. (ZAGURY, 1997).

Para los jóvenes brasileños, uno de los elementos de simbolización más familiar es la música. A continuación discutiremos más detalladamente esta relación de intimidad y de formación de sentidos, ya que en esta investigación queremos analizar el poder que ejerce este medio sobre la visión del mundo juvenil, así como descubrir de qué manera se realiza la interacción entre los sentidos musicales (del *Manguebeat*) y la juventud recifense, y las consecuencias de la simbolización realizada en la identidad de estos jóvenes.

En el estudio de las subculturas juveniles la música está tratada como una forma de lenguaje a través del cual se pueden percibir relaciones más profundas sobre la identidad de los grupos juveniles. La conexión de la juventud con la música está destacada por la mayoría de los analistas que la consideran como una forma de expresión de sentimientos y de ideas.

Entre las creaciones artísticas, la música es una de las que tiene carácter de ejercicio colectivo: la autonomía creativa se une a trazos sociales que la condicionan. Tal vez esta sea una de las peculiaridades que atrae a la juventud. Los contenidos musicales agregan significados a la convivencia entre individuos dotados

de intereses semejantes. Éstos crean lazos, amplían el sentido identificador y de pertenencia a un colectivo con formas singulares de mirar la realidad. A diferencia de otras actividades artísticas como la literatura y las artes plásticas, en las que es más fácil construir la ilusión de un creador solitario, y cuya obra se expone para los otros bajo una responsabilidad individual, la música necesita la solidaridad de una orquesta para tener vida, de un grupo numeroso que interprete las sensaciones del autor para exponerla al público.

Simón Frith (1981), uno de los autores que estudiaron las subculturas juveniles, considera que los ritmos musicales adoptados por los grupos tienen el poder de contribuir a la creación de solidaridad entre sus miembros y de definir un estilo que los identifica entre sí. Como afirma James Lewis (1986:201) “La música es un sistema de significados, una comunicación simbólica” que fortalece el sistema de interacción social y los lazos emocionales entre las tribus urbanas juveniles. Adorno (1959), sin embargo, apunta otra consecuencia para el efecto de la música sobre las conciencias individuales, al considerar la música pop responsable de una revolución ideológica que substituye la protesta contra el sistema por una falsa conciencia que tiene el poder de alienar a los consumidores.

Trabajando con las categorías producción y consumo, Angela McRobbie (1990), en su análisis sobre los estilos subculturales, afirma la importancia de la música más consumida por los jóvenes – el rock – para percibir los significados que la apariencia y el habla juvenil revelan. Así, afirma que: “El rock no significa en sí mismo, puro sonido. La música tiene que colocarse dentro de los discursos mediante los cuales es mediatizada para su audiencia, y dentro de los cuales se articulan sus significados” (MCROBBIE, 1990:28).

Los adolescentes se refugian en los sonidos musicales, una forma de placer, porque están en un período vital en que asumen una actitud de alienación ante los desafíos sociales, necesitan encontrarse con su propia individualidad y tratan de satisfacer sus necesidades con diferentes actividades. Así, el consumo musical en los ambientes frecuentados por los jóvenes llena los espacios de deseo por medio de la identificación. El radiocasete se convierte con frecuencia en un aparato inseparable de los adolescentes que disfrutan de las melodías mientras realizan las

tareas cotidianas. Actualmente, los juegos de ordenador y la navegación por Internet se están convirtiendo, junto con la música, en una nueva forma de alienación ante un mundo hostil que no despierta su interés.

Podemos afirmar que los variados ritmos musicales adoptados por los sujetos jóvenes a lo largo de los años funcionan como un elemento de mediación entre las audiencias y la realidad, pues a través de su discurso los significados fluyen y componen la visión del mundo de los jóvenes y de sus auto representaciones. El uso de la música como expresión de significados ha sido referido por la mayoría de los autores que analizaron la cultura de la juventud y constataron que la música está fuertemente relacionada con la simbología de cada subcultura.

Cada uno de los movimientos juveniles, los del pasado y los que hoy exhiben sus símbolos en las calles de las gran ciudades, pueden ser identificados por tres puntos principales: **1)** utilizaron una formación musical como referencia a la que se han adherido grandes contingentes de personas; **2)** se distinguieron por un cierto estilo en la apariencia (el uso de ropas, peinados y aderezos); y **3)** generaron nuevas actitudes ante la realidad (HEBDIGE, 1979). Otro aspecto que ha distinguido a las subculturas tribales es el uso de sustancias químicas como forma de “abrir las puertas de la percepción”, un elemento de viabilidad de los rituales propios del grupo, usualmente denominado droga por la sociedad convencional y considerada ilegal (ROZAK, 1969), (HALL, 1970), (YONNET, 1988), (COSTA et al, 1996) y (COLUBI, 1997).

El advenimiento del Rock'n'roll, en los años cincuenta, abrió paso a otros ritmos musicales con los que se identificó la juventud heredera de las ideas beats, lo que originó nuevas versiones en culturas diversificadas de todo el mundo, y hasta hoy es la base de la música que tiene una cara global: el pop. Definimos como música pop las canciones genéricamente denominadas rock en sus variaciones: acid, balada, hard, grunger, rap, funk, en definitiva, los ritmos a los que es adicta la juventud y que asume características de cada cultura.

La difusión del rock en todo el mundo se debe a los grupos musicales anglosajones, como el conjunto inglés Beatles, el mayor ícono de una música

propia de la juventud, que hasta hoy atrae y fascina a las nuevas generaciones. Actualmente, la música pop adopta una identidad singular en cada cultura, para atender a las exigencias de la industria cultural que necesita crear espacios de mercado locales, agregando elementos fácilmente identificables por la juventud de cada nación. Los videoclips son una de las formas contemporáneas de difusión musical más utilizada por la industria de masas, que contienen seducciones de consumo e inducciones ideológicas, y al mismo tiempo mantienen cautiva a las audiencias juveniles (MARKMAN, 1998).

La música pop nació como la forma musical de la cultura pop e influyó en los valores básicos asumidos por la nueva generación occidental denominada postmoderna. El peinado de los Beatles, la minifalda creada por Mary Quant, los sonidos de la guitarra eléctrica de Jimmi Hendrix, las aglomeraciones de audiencias al vivo (los festivales de música que se inauguraron con Woodstock, en 1969, donde se reunieron 350.500 personas) y la alucinación de las drogas, son iconos de la forma cultural que estaba surgiendo como una particularidad de aquellos tiempos. Hasta hoy, los variados estilos surgidos del pop continúan reproduciendo las formas y el espíritu gestados en los años sesenta (YONNET, 1988:126).

Este tipo de estilo musical utiliza tres técnicas para provocar en el público un alejamiento de la realidad: gran potencia de sonido en los amplificadores, la introducción de ruidos en la música y un visual extravagante de los músicos y cantantes que es imitado por el frenético auditorio. Existen otros elementos, además de los técnicos, que son propios de las presentaciones escénicas de la música pop: el uso de sustancias que afectan a la conciencia - por parte del público y generalmente y por los artistas - y la concentración de multitudes en festivales que duran varios días.

Con el desarrollo de la tecnología, los conciertos pop actuales son verdaderos espectáculos audiovisuales de alta tecnología que envuelven por completo al público, cuyo presupuesto alcanza millones de dólares. El grupo inglés Rolling Stones es uno de los precursores de estos espectáculos. En los últimos diez años, el conjunto irlandés U2 es el ejemplo más destacado de esta tradición de gigantismo escénico. En el año 1999, durante una gira que realizó por varias ciudades del mundo, cuando era uno de los grupos musicales más consagrados, el

grupo utilizó un escenario con una pantalla gigante de 52 metros de ancho por 17 metros de largo que ofreció a los espectadores una mejor visibilidad. La pantalla, la mayor utilizada en un concierto, tenía las dimensiones equivalentes a un edificio de cuatro pisos y fue valorada en 7 millones de dólares. Las bombillas utilizadas para crear los efectos luminosos de una pintura estilo pop, serían suficientes para decorar diez mil árboles de Navidad, y los watts necesarios para producir los efectos del escenario iluminarían 1.500 casas.<sup>107</sup>

La música pop, desde su versión pionera, el rock, a pesar de ser un símbolo de contestación, de rebeldía juvenil contra el sistema establecido, y de sufrir en sus comienzos una fuerte oposición por parte de la sociedad, fue rápidamente incorporado. Dick Hebdige (1979), al estudiar la subcultura punk, afirmó que este proceso de incorporación asumía además de la forma de una ideología, la forma de mercancía. Después de las reacciones iniciales, el estilo subversivo de los punks pasó a ser una nueva moda cuando las industrias del disco y la moda “mercantilizaron” la música y el estilo del movimiento. Esta constatación lleva al autor a la conclusión siguiente:

“Los estilos subculturales juveniles pueden comenzar por lanzar desafíos simbólicos, pero deben terminar inevitablemente por establecer un nuevo conjunto de convenciones, por crear nuevas mercancías, nuevas industrias y por rejuvenecer a las viejas”(HEBDIGE,1979:96).

El grupo Sex Pistols, representante más destacado de la música punk, fue el protagonista de una actitud contestataria con la que se comprobó que el escándalo era una de las formas más eficientes de autopromoción. En 1977, para promover el nuevo disco, el grupo bajó por el río Támesis tocando “God save the queen” y llevando una cabeza de la Reina Elizabeth II de Inglaterra con peinado rastafari (YONNET: 1988) y (HEBDIGE, 1979). Aunque la intención pragmática de Malcom McLaren, el productor del grupo musical, era hacer publicidad, se puede interpretar el hecho como una expresión de protesta ante la sociedad tradicional. Estas posturas rebeldes que se tradujeron en posturas emblemáticas en la

---

<sup>107</sup> Reportaje de la revista brasileña *Isto é* nº 1478 del 28.01.1998, (pp.42-46).

trayectoria de las subculturas juveniles, estimularon a un amplio contingente de jóvenes a practicar conductas antisociales, asumidas para hacer reproches a la sociedad y a sus valores (ESSINGER, 1999).

La industria discográfica se apropiá según le conviene de los estilos de vida de las tribus juveniles, para realizar la difusión mundial de los ritmos y de los grupos que adoptan su ideología y sus símbolos y así promover y vender la música. Las casas discográficas producen grupos musicales cuya apariencia y repertorio musical son montados para llegar específicamente a los jóvenes consumidores. Un ejemplo de ello es el grupo Back Street Boys que continúa teniendo éxito en el mercado internacional y cuyo blanco principal son las chicas. Citamos también, como ejemplo alegórico de utilización simbólica en la música, el grupo inglés Spice Girls, compuesto únicamente por chicas y fenómeno de ventas en los años noventa.

La publicidad creó para las cantantes un modelo ideológico expuesto a través de los estereotipos clásicos femeninos, para atraer a adolescentes de todo tipo: a los varones “se los pesca con unos cuerpos que casi revientan el escaso vestuario que los abriga”; a las chicas, con el discurso del *woman power*. El modelo para el público femenino estaba compuesto por estereotipos de la mujer sexy, la elegante, la leona agresiva, la deportista y la modosita. La seducción consistía en hacer que “el embalaje icónico” del personaje con el que más se identificaba cada adolescente, desempeñase un papel más parecido con la personalidad de la consumidora (COSTA RIERA, 1997:17).

La materialización de esta posibilidad de recepción hizo que la comunicación de masas utilizase la música para incrementar las operaciones de marketing a través del entretenimiento. La radio, en un primer momento, y la televisión en los días actuales, son medios que facilitan la dinámica publicitaria en el mercado consumidor, homogeneizando los gustos e imponiendo modas musicales que se reproducen e incrementan el consumo de mercancías. La industria del marketing tiene sobre sus espaldas una poderosa estructura de publicidad y de producción musical que se alimenta de la seducción que ejercen las canciones y la imagen de los ídolos en los jóvenes públicos consumidores.

Los estilos y los rituales construidos por la juventud son formas de expresión de resistencia al mundo de los adultos, con sus reglas y patrones rígidos, y en algunos casos asumen una connotación política que expresa un deseo de ganar espacio cultural y social a las instituciones hegemónicas y socialmente dominantes.<sup>108</sup> El patrón visual que utiliza un estilo chocante, además de señas de identificación, suele representar posturas contestatarias que no indican ni sugieren cambios en la realidad contextual. En relación con el estudio pionero de Birmingham, de 1976, sobre la apariencia simbólica de los grupos juveniles, comentado en el Capítulo I, Anne Beezer explica:

“Son solamente una resistencia ‘ritual’ a los valores de la cultura dominante, más que una forma explícita de oposición política. (...) los espacios ‘ganados’ o ‘negociados’ están en el nivel de la ideología y representan una relación ‘imaginaria’ entre la juventud de la clase trabajadora y sus condiciones de existencia”(BEEZER, 1994:117).

Entre la juventud actual, los videos de música pop son una de las formas utilizadas por los jóvenes para, además de expresar sus sentimientos, copiar el visual de las estrellas musicales, identificándose con ellos. Además de entretenimiento, les permite expresar sus pensamientos e inquietudes. Algunos análisis del consumo musical de la juventud evidenciaron que existe diferencias entre los adolescentes en las preferencias por géneros de rock. Los jóvenes adeptos del *hard rock* o del *heavy metal* no eran muy entusiastas de algunas novedades musicales que la MTV divulgaba y algunos de ellos apuntaban esta como una razón para no ver los programas de la cadena (SUN y LULL, 1986). James Lull (1985) afirma que divisiones culturales producen diferentes preferencias musicales, determinadas por clases, géneros y edad.

En nuestras consideraciones no tenemos la intención de analizar los aspectos, de orden psicológicos, emocionales o contextuales, que motivan las actitudes asumidas por la juventud adepta del *Manguebeat* y que aparentemente se presentan contradictorias al patrón vigente en su sociedad. Tan poco deseamos percibir si esos motivos son expresos en el visual que asumen. Aunque la

<sup>108</sup> El caso del estudio presentado en *Resistance through rituals*, por HALL,S y JEFFERSON,T.en 1976,en Londres, trata de la juventud de la clase trabajadora inglesa y relaciona su resistencia a las instituciones como una nueva forma de enfrentamiento de la rebeldía que desarrollaron sus padres.

comprensión de estos aspectos pueda aportar elementos que ayuden al análisis de las actitudes de la juventud actual, lo más importante en esta investigación es percibir los significados de las ideas implícitas en las canciones de ese tipo de música específica para la formación de los valores juveniles. Pretendemos examinar cómo el Movimiento concibe el discurso que representa a la juventud, qué modelo axiológico ofrece para ser asimilado por estas audiencias y qué símbolos son responsables por la identificación que se establece entre ellos y los contenidos musicales.

### **3. 6. APORTACIONES SOBRE LA JUVENTUD *MANGUEBEAT***

El análisis de los adeptos del *Manguebeat* debe orientarse a través de algunas indagaciones que funcionan como punto de partida de las reflexiones deseadas: ¿Quiénes son estos jóvenes que se hacen llamar *mangueboys* y *manguegirls*? ¿Qué señas de identidad revelan a través de un movimiento cultural (el *Manguebeat*) que ha provocado la revisión de los parámetros culturales de la tradicional sociedad recifense, revelando una significativa visión de contemporaneidad y preservando los elementos culturales locales?

Suponemos que el deseo de los jóvenes mangue, cuya forma de convivencia se asemeja al de una tribu, es construir una nueva forma de asociación y de solidaridad, en la que prevalezca esta opción voluntaria que extrae y amplía los principios y los límites que definen el concepto tradicional de familia. Como son más dictadas por la emoción que por las convenciones, el compañerismo que aparece en estos contactos toma la figura de una cofradía, cuyas relaciones revelan una solidaridad y una intimidad que se expresa en brodagem, expresión utilizada para apuntar el sentimiento de sentirse hermanos y del hecho de que todos se apodian brother.

Lo que define la convivencia de cualquier grupo social son los intereses comunes. En las tribus, además de los gustos y de las ideas, parece ser la manera espontánea, cordial y las reglas relajadas lo que hacen espontáneas y sin

artificialismos las relaciones interpersonales. El patrón de relaciones se observa entre la juventud alternativa actual, como ocurre en la tribu de los surfistas, de los skatistas, de los jazzistas (los que les gusta el jazz), de los funkeiros (la gente que hace el funk), o de los que practican deportes radicales, como el ala delta o el parapente. Cada grupo se caracteriza por un tipo de lenguaje, de indumentaria, de prácticas de consumo cultural y de relaciones sociales. A partir de la comprensión de estas tribus, centramos nuestro análisis en la tribu *Manguebeat*, sobre la cual no hay estudios sistematizados.

Formulemos la siguiente pregunta: ¿este agrupamiento juvenil se configura con características tribales? Suponemos que el hecho de adoptar una forma de vestir, de hablar, de utilizar la música como símbolo y de frecuentar lugares públicos, como los bares o las calles, puede ser considerado como actos tribales, pero no tiene las características de los agrupamientos juveniles que se forman en el entorno de las grandes ciudades y viven en comunidad por una necesidad de supervivencia. Con los mangueboys la agregación y las nuevas formas de socialización que crean no determinan un aislamiento del grupo familiar tradicional. Las restricciones que hacen a la sociedad formal o la oposición a la clase que conduce las acciones públicas no les induce a dejar de convivir con el patrón de principios que niega.

Para auxiliar en la construcción de un perfil de estalla juventud, recurrimos al estudio realizado con 400 jóvenes recifenses, con edad entre 14 a 29 años, cuyo estrato mayor (46,56%) se situaba entre la clase media. La investigación tuvo como objetivo conocer sobre el consumo cultural juvenil, identificando la presencia de la música mangue entre la juventud local, en general. Interesaba también, obtener cual era el porcentual de la juventud recifense que se declaraba adepta del movimiento, los puntos que atraía este contingente hacia el *Manguebeat*, y cómo se relacionaban con él.<sup>109</sup>

A partir de los resultados encontrados, podemos decir que la juventud local conoce el movimiento principalmente a través de amigos, por las noticias de la televisión y también por la radio. El ritmo preferido, incontestablemente es el rock,

---

<sup>109</sup> La investigación fue coordinada por la profesora Rejane Markman, en diciembre de 1999, “Movimento Manguebeat: a nova cara da música pop brasileira”, y realizada por alumnos de Relaciones Públicas del Departamento de Comunicação Social da Universidade Católica de Pernambuco, UNICAP.

siendo citado también el Hip-hop, aunque los encuestados revelaron preferencia por los ritmos tradicionales de la cultura local, nombrando al *maracatu* y al *forró*, además de la ciranda y el coco. Percibiese así, que estos ritmos de la tierra, verdaderamente son consumidos por la juventud urbana, que tiene acceso a la música internacional, lo que revela la presencia de la cultura popular en la praxis juvenil. Un dato que suena como una confirmación es la preferencia por las bandas musicales locales, entre las que aparecen destacadas las bandas mangue Nação Zumbi y Mestre Ambrosio, este un grupo de *forró – mangue* que está realizando una victoriosa carrera en el Centro-sur, depuse de conquistar el público local.

Entre los entrevistados, un porcentaje de 22,5% afirmó ser adepto del movimiento, lo que correspondió a un grupo de 90 jóvenes, número que tomamos para componer la muestra utilizada en nuestra investigación en este estudio, para conocer la jerarquía de valores de los adeptos del mangue. Algunos de los datos de este contingente, utilizaremos como elementos para componer el perfil pretendido.

A la juventud que se declara mangue a demás de la música que fue el ítem más apuntado, le gusta los festivales de música – el Abril Pro Rock -, el visual y los locales en los que los mangueboys y manguegirls de encuentran para divertirse, oír música y conversar. Apuntaron el Mercado Pop y algunos bares como puntos de encuentro. Cuanto al estilo visual mangue, la moda que caracteriza los adeptos y los artistas, las ropas y los aderezos, como bisuterías con los símbolos locales apropiados por el movimiento, son los que más atraen los jóvenes, ya que una pequeña minoría afirmó usar tatuajes y piercings. En el relativo al uso de drogas, aunque sea una variable difícil de ser captada con éxito por lo delicado del tema, lo que induce a respuestas no sinceras, uno 20,55% declaró ya tener utilizado o estar utilizando alguna sustancia considerada como droga, y entre estos se destaca la marihuana, con 11,84%.

Suponemos que las relaciones entre los mangueboys y las manguegirls se reproducen con moldes de solidaridad distintos y extraños a lo que es común en la sociedad recifense. Además, la música parece ser el elemento principal de unión, pues expone las ideas que traducen las expectativas de esta generación: "¡El mangue es nuestra generación!", es la expresión utilizada por un entrevistado en

nuestra investigación, refiriéndose a la música *manguebeat*. La cuestión del estilo también se destaca de forma relevante. Estos elementos constructores de la identidad *mangue* serán analizados a continuación en apartados específicos.

Para construir una definición de la juventud mangue, entrevistamos a los ideólogos del movimiento, Frederico Montenegro (Fred Zero 4) y Renato Lins (Renato L.), para entender mejor a estos personajes que gravitan en torno a los artistas y que componen el público de los grupos musicales del movimiento. Para ellos, los adeptos del mangue son individuos integrados en los avances contemporáneos como la tecnología y la comunicación; mantienen una cercana intimidad con símbolos de la cultura tecnológica y postmoderna; son considerados de vanguardia, en un ambiente social en el que predominan, como referencias de prestigio social, la valorización de patrones conservadores de la cultura occidental capitalista en las actitudes y los comportamientos.

“Los mangueboys y las manguegirls son individuos interesados por la Teoría del Caos, World Music, legislación sobre medios de comunicación, conflictos étnicos, Hip-hop, casualidad, Bezerra da Silva, realidad virtual, sexo, design, violencia y todos los avances de la química aplicados al terreno de la alteración/expansión de la conciencia”(FRED Zero4 y RENATO L.,1991). <sup>110</sup>

El grupo de jóvenes que adoptó estas ideas estaba compuesto por individuos que “no creían ser el ombligo del mundo; tenemos una galera que se interesa por Internet, por la realidad virtual. Este fue el gancho que atrajo a una generación que también se identificaba con eso y que no tenía un canal de expresión porque se sentía tan oprimida como nosotros”(FRED ZERO 4, 2000). <sup>111</sup>

Durante la entrevista que concedió a la autora, en marzo de 2000, Renato L., confirmó los rasgos de ansiedad por la innovación y por romper lo tradicional. Según él, la novedad que entusiasma a los jóvenes está centrada en una perspectiva positiva sobre la ciudad de Recife, de su diversidad cultural, de hacer cultura sin la preocupación de ganar dinero. La novedad estaría, principalmente

---

<sup>110</sup> Este es un texto del Manifiesto I *Manguebeat*,1991, trascrito por TELES, José, 1997,Op.cit, p5-6 .

<sup>111</sup> Galera es un grupo de personas que piensan de la misma forma y que tienen fuertes rasgos de identificación. Habla de entrevista concedida a la autora por Fred Zero4, en maio de 2000.

relacionada a la propuesta mangue de una nueva mirada positiva sobre la ciudad de Recife, de su diversidad cultural, de hacer cultura sin la preocupación exclusiva de tener éxito financiero, pues, para los músicos, lo que prevalecía era ejercitarse en su creatividad, “hacer música”, poder convivir y estar juntos.

La postura localista, que es la supervaloración de lo que sea local, que representaba una actitud arbitraria heredada de la clase señorial de los terratenientes, para quienes todo lo suyo era mejor que lo de los demás, sus tierras, su gente, sus costumbres -, es en definitiva un rasgo de retraso. Sin embargo esta actitud se convierte en un deseo de rescatar la cultura popular local, despreciada y abandonada, reflejo de la situación de degradación de Pernambuco. El rescate cultural está basado en un sentido de nacionalidad, de pertenencia, que provoca una movilización en la gente surgida de la comprensión de que la responsabilidad de conseguir resultados es de todos. Chico Science expresa bien este sentimiento al decir:

“Entonces vi todas las manifestaciones de cultura popular que nos enseñaron como folclore, como cosas del pasado, pero que no debíamos verlas así. Hay ritmos que todos pueden aprender a tocar porque son de su tierra, son de Brasil, esto es una cosa que todos pueden entender – es tu lengua”(TELES, 2000:277).

Otro aspecto a considerar en el análisis de las subculturas juveniles es la estética que revela representaciones de aspiraciones, conflictos personales y del imaginario colectivo en las que se pueden percibir las ideas predominantes en un determinado contexto social. La forma de vestirse, de acicalarse o de peinarse son códigos que expresan rituales de presencia, un lenguaje que se materializa en una identificación.

El uso de distintos códigos en el mundo social, anclado en el contexto circundante permite la construcción de identidades personales. En este sentido, la individualidad brota de matrices que se gestan en el ámbito social. Para su concretización concurren procesos de producción de sentido diferenciados, como el lenguaje cotidiano y los patrones de valores culturales que sirven de materia prima para modelar las individualidades. La formación de los agrupamientos humanos, de las tribus, necesitan “reconocerse a sí mismos”, afirmar una identidad en

proceso. Para lograrlo utilizan, en cierta forma, el sentido de pertenencia, de solidaridad grupal que lleva a la tranquilidad y a la complicidad de sentirse parte de algo concreto, tangible.

Así, la estética representa un lenguaje icónico que contiene mensajes explícitos como un objeto expuesto en un escaparate. La ropa como práctica social es una estancia compleja que mantiene vínculos con las conveniencias sociales. Como dijo Paul Yonnet (1988:305), “el cuerpo vestido es un cuerpo social atravesado por los flujos de una época”. Esto revela contradicciones pues, al mismo tiempo, es un medio de homogenización, de control social; puede traducir una contestación, un deseo de liberarse de las convenciones sociales. El deseo de pertenecer a un colectivo imaginario tiene en los elementos externos, como la ropa, los adornos, los peinados, imágenes de este colectivo y revelan, también, un fuerte apelo narcisista-hedonista. La estética de los grupos juveniles contemporáneos expone “el juego ilusorio de las apariencias, que engendra una pseudoconciencia”.<sup>112</sup>

Sobre el tema, Fernando N. Gonçalves (1999) al referirse a la estética de los grupos clubber, admite que ellos revelan “subjetividades producidas”, como el uso de códigos metafóricos en los tipos de estéticas y de comportamientos. La originalidad y la autenticidad que los frecuentadores pretenden ostentar, tornase un patrón en las fiestas raves, constituyéndose también en una forma de control sobre los que no siguen el modelo, que se ejerce a través de la censura interna del grupo. Seguir el estilo de vestir que está de moda en estos ambientes constituye una forma de iniciación de novatos, penetrando en el universo del underground clubber. “La apariencia sirve, por lo tanto, para demostrar que estos individuos hacen parte de un grupo de iniciados, personas informadas que atienden a determinados estilos de vida. Al mismo tiempo que se valoriza la personalidad, se resalta la sensación y la impresión de pertenecer a un núcleo, a una generación, a una cosa cualquiera. El objetivo es penetrar en una colectividad, lo que es, consciente o inconscientemente, un resorte propulsor para estos universos” (PALOMINO, 1999:230).

---

<sup>112</sup> Ver GONÇALVES, Fernando N., 1999, “Hedonismo e *ethos* contemporâneo” en RUBIM, Antonio A.C. 1999, *omunicação e La juventud y el simbolismo de la música Manguebeat: valores y Postmodernidad* \_\_\_\_\_ 203

La cuestión del estilo aparece con mucha relevancia cuando empezamos a analizar la formación de los grupos juveniles que se identifican como adeptos del *Manguebeat*. La forma de vestirse, de peinarse o de adornarse que utilizan esos jóvenes no difiere mucho de la estética de la mayoría de la juventud recifense de los estratos sociales más bajos, o de los que viven en las zonas rurales. La especificidad de la estética en pauta es que este visual sencillo, compuesto por piezas de coste bajo y que no está de moda en los grandes centros de consumo, es adoptado también por jóvenes de las clases media y media alta, que se integran al grupo *Manguebeat*.

“Ser “Manguegirls y mangueboys se traducen en una seña, podemos identificar algunas personas, principalmente los que viven en la periferia: éstos son mangue veinticuatro horas por día. El chico usa el sombrero de paja y viste la camisa de Chico Science y se va a todos los sitios con esta ropa. Son como los punks que usan la ropa como elemento de identificación, generalmente ropas negras o rotas...”(FRED ZERO4, 2000).

La estética *Manguebeat* está copiada de los artistas, de los músicos de las bandas mangue y sigue las pautas de la libertad de movimientos, en la informalidad, rasgo que caracteriza la presencia escénica de estos grupos musicales. El estilo no tiene nada de espectacular u original, y representa el patrón de ropas usadas por otros grupos como los skatistas: pantalones anchos, camisas y camisetas de algodón. Lo que les diferencia, aunque no es muy original, es el hecho de que los jóvenes mangue, en su búsqueda por reproducir y prestigiar los elementos culturales de la tierra, dan relevancia a las ropas usadas por las personas sencillas de la zona rural: camisas de cuadros, camisas de algodón rústico, indumentaria complementada con el uso de sombreros de paja. Las ropas caracterizan el nuevo estilo al adornarlas con dibujos de las bandas musicales preferidas y con los símbolos de los manglares (cangrejos, coqueros, etc.). “Es una moda que sigue la línea street-war, moda para usar en las calles, en lo cotidiano, tipo jeans y camiseta”.<sup>113</sup>

---

sociabilidade nas culturas contemporâneas, Petrópolis, Editora Vozes,p. 98.

La opinión de Zé Brown, integrante de la banda *mangue Faces do Suburbio*, sobre la estética de los artistas que se presentan en el escenario, resume bien como piensan los integrantes del mangue: “como bailo break, me gusta usar los pantalones anchos y elásticos. Por eso, el aspecto tiene algo de los skatistas. Lo que importa es que el público escuche nuestros mensajes y aprecie nuestros sonidos. La ropa es sólo un accesorio”. <sup>114</sup> Aunque algunos de los artistas procuran minimizar la importancia de la estética, el propio Chico Science, figura central de movimiento, se pronunciaba sobre la moda mangue haciendo referencias simbólicas a todos los aspectos del movimiento que surgían:

“Recife tiene una tradición de mascates. Nosotros procuramos cosas interesantes entre los vendedores ambulantes de la calle y también reciclamos ropas viejas. Aunque no descartamos usar ropas nuevas de tiendas convencionales. Pero, la satisfacción es usar la creatividad y mezclar cosas. Poder usar Bambas, con pantalones de tergal, un sombrero de paja o de “viejo”, camisas coloridas, gafas antiguas o las usadas por los metalúrgicos”(TELES,2000:304). <sup>115</sup>

José Teles (2000), uno de los primeros periodistas que divulgó el Manguebeat y le abrió espacios en la prensa local, afirma que Chico Science se inspiró estéticamente en los caboclos de lanza, personajes del *maracatú rural* que hoy día calzan bambas y usan gafas de sol, tal vez para modernizar su aspecto. <sup>116</sup> Con la moda mangue aparece un grupo de estilistas que se adhieren a las ideas del movimiento y las traducen en ropas.

El resultado de su trabajo es una moda informal que mezcla el visual surf con el estilo despojado de los campesinos. Podemos apreciar este nuevo estilo en las producciones de la marca de moda Skapraia, coordinada por el estilista Neilton que, en 1999, lanzó su primera colección de camisetas y camisas inspiradas en el logotipo de la banda musical Devotos, a quien patrocina a cambio de su imagen.

---

<sup>113</sup> Sobre el tema ver el artículo del periódico Jornal do Commercio, 03.07.1999,p.3, Recife.

<sup>114</sup> Apud.

<sup>115</sup> *Bamba* es la marca de un zapato deportivo de tejido colorido usada sólo por personas de pocos recursos, por ser más barato. El *look* que describe Chico Science era considerado grotesco, fuera de moda y tener esta apariencia era una forma de aproximarse a las clases trabajadoras, de denunciar su rechazo al estilo burgués de moda, centrado en lo que dictaba la industria, jóvenes que despreciaban a los adeptos del *mangue* y que recibían el apodo de *Mauricinhos y Patricinhas* (pijos).

<sup>116</sup> Sobre los *caboclos de lanza* y el *maracatu* ver el capítulo 2 o en el Glosario, en los anexos de este trabajo.

La fusión de la moda con la música es una constante. La pareja Marcia Lima y Clezinho Santos han explotado este terreno con mucha originalidad. Afirman que producir ropa para los músicos y artistas mangue es “como estar en un laboratorio”, hacer experimentos con tejidos y texturas que proyectan un tipo de moda usada por un mercado bastante pobre en opciones. El estilo se complementa con el uso de sombrero de paja y sandalia de cuero crudo de vaca, objetos rescatados de la estética más común en las zonas rurales de Pernambuco. Los productos destinados a los consumidores de la estética mangue son comercializados en un mercado alternativo que funciona los fines de semana. El Mercado Pop es una feria popular instalada en un almacén de la zona portuaria de Recife y centro cultural popular que alberga festivales de música en los que se presentan cantantes populares y grupos de danzas folclóricas.

Para Silverio, que era el vocalista del grupo Cascabulho y que actualmente canta solo y experto en forró, la moda mangue es una traducción de la música. “Las ropas consiguen dar visibilidad a nuestra identidad cultural. Cuando uso una ropa en el escenario, las personas reciben una información sobre Pernambuco. No es sólo la música, también es la imagen. Una fortalece la otra. Los motivos que me hacen vestir esta moda son ideológicos, no creo que nada sea neutral”.<sup>117</sup>

La adhesión de los artistas de la moda a la nueva propuesta cultural sucedió en plena efervescencia del movimiento mangue y fue un elemento agregado que ratificó la -nueva escena creada en Recife. La diversidad de los materiales naturales disponibles y los iconos populares locales inspiraron al estilista Eduardo Ferreira a utilizar los conceptos mangue en su colección de verano 1995/96. La propuesta fashion mangue fue unir “tradición y contradicción, pasado y presente”, en un desafío que quería resaltar las raíces con originalidad y buen gusto (VAZ, 1996).

Según los datos de la investigación anteriormente referida, <sup>118</sup> los jóvenes mangueboys y manguegirls revelaron que usaban el visual solo cuando frecuentan los locales que reúnen los adeptos, y que se resistían a usar esta estética a diario, debido a la censura familiar (principalmente los adolescentes) e institucional (21,26%), como la Universidad, la Escuela y las Empresas. Una pequeña minoría de

---

<sup>117</sup> Declaración en la entrevista publicada en *Jornal do Commercio*, 15.04.1998,p.4.

<sup>118</sup> Ver MARKMAN, Rejane, 1999, Op. cit, p.31.

8,04% que se atreven a desafiar las convenciones y usan el estilo mangue en todos los ambientes. En general, la práctica es llevar ropa y complementos que los identifican como parte de la tribu, en los locales frecuentados por los adeptos, como el restaurante “Tepan”, los bares “Pina de Copacabana”, “Soparia” y los alternativos próximos al Mercado Pop, así como otros *points*. En muchos sitios de la ciudad de Recife y en Olinda, en un lugar llamado Alto da Sé, los adeptos del mangue se encuentran para beber cerveza, ligar y ejercitarse el brodagem, el ritual de amistad y de compañerismo en el que todos se llaman hermanos. Más que la apariencia y los aspectos visuales, lo que parece unir esta “tribu” es la sensación de sentirse parte de un grupo, más que de un movimiento estético, una marca que sirve de señal de identificación y de complicidad. “*Mangue* no es moda, no es estética, es un estilo de vida”. Esta declaración de uno de los jóvenes que participaron en la investigación revela que el estilo no tiene tanta importancia en la definición de la identificación juvenil con el movimiento *mangue*.

## **CAPÍTULO IV**

### **PERSPECTIVAS METODOLÓGICAS**

### **DE LA INVESTIGACIÓN**

La comunicación de masas es un fenómeno de múltiples aspectos que exige un análisis homogéneo, un proceso complejo en el que se involucran varias partes o secuencias. El paradigma de Harold Lasswell, que a mediados del siglo XX propuso que al analizar el proceso de comunicación se debería tener en cuenta: “Quién dijo Qué a Quién, utilizando Qué canal, para lograr Qué efectos”, está algo ultrapasado actualmente, ya que considera la comunicación como un objeto fragmentado en partes.<sup>119</sup> Sin embargo, no se puede dejar de considerar que el modelo expone, aunque sea de forma esquemática, las características del proceso comunicacional y que continúa válido incluso cuando surgen nuevas visiones y perspectivas que conceptúan los diversos elementos del paradigma.

Con el surgimiento de las nuevas tecnologías de comunicación y de los sistemas de información, las investigaciones de masas actuales tienen posibilidades inéditas para mirar la dimensión del acto de comunicar. Para analizarlo se parte de la óptica de la tecnología-máquina que interpreta la comunicación como un proceso integrado de relaciones sociales. Nos encontramos frente al proceso comunicacional con una pluralidad de intercambios, que hacen que los aparatos no existan o cobren sentido ya que las personas pueden exponerse a sus producciones de contenidos sin que este consumo produzca inducciones. El papel del individuo deja de ser el de mero *receptor* que recibe pasivamente las sugerencias de la subjetividad simbólica de los medios, para tornarse activo en re-crearlas, re-elaborando nuevos contenidos.

En el seno del área científica de Latinoamérica vuelven a ser pensados los estudios sobre la cultura y la comunicación masiva ante la presencia de estos nuevos patrones de pensamiento que circulan en las redes transnacionales de comunicación. Contemporáneamente, éstos expresan la relación entre el individuo y lo social, lo popular y las clases dominantes, y son analizados bajo una nueva perspectiva política, alejada de la que predominaba en los años cincuenta y sesenta, que realzaba la dependencia económica y la dominación cultural como rasgo absoluto. Surge, entonces, un abanico de posibles interpretaciones teóricas, entre las cuales destaca la que examina este proceso social como portador de subjetividades, “por las que el individuo, en el estrecho contacto con las estructuras simbólicas de la comunicación y de la cultura humana, intenta tener acceso a la

---

<sup>119</sup> LASSEWELL, Harold, 1902, citado en SPÁ Moragas, Miguel de, 1979, Semiótica y comunicación de masas, p. 28

forma genérica de su ser” (SÉVE, 1999:148). En el campo de los estudios culturales se observa una vuelta a la importancia del *individuo*, cómo se fuera “una forma genuina de un retorno a las culturas populares en su interacción con la cultura de masas” (MATTELART y MATTELART, 1991:12).

En relación con las metodologías utilizadas en las investigaciones actuales, se observa la generalización de los análisis cualitativos, en los que predominan los análisis de discurso, las investigaciones semióticas y las entrevistas en detalle, en el amplio marco en el que se concentra el papel del lenguaje humano, la conciencia y la práctica cultural en la vida social y cotidiana. El prestigio de estas metodologías es producto de nuevas teorías que presentan paradigmas inéditos que definen nuevas formas de entender el proceso comunicativo que, a su vez, está condicionado por los cambios estructurales que comentamos anteriormente.

Sin embargo, algunos de los más lúcidos analistas de este proceso observan que la importancia dada hoy a las metodologías cualitativas, en los estudios de las prácticas sociales y culturales, no elimina la perspectiva de análisis cuantitativa. “Aunque los planteamientos humanísticos y socio científicos de la comunicación de masas pueden estar convergiendo en el cambio cualitativo, estamos todavía en una fase muy temprana del proceso para sugerir una caracterización del aspecto que podría tener un campo auténticamente interdisciplinario” (JENSEN, 1993:11).

El objeto de este estudio se desdobra en diferentes componentes que son parte de un mismo proceso, características que definieron la utilización de abordajes múltiples y mixtos para visualizar con más coherencia el objeto. Así, utilizamos tres tipos de técnicas de análisis, sometiendo las dos caras del objeto a investigaciones cuantitativas, complementado con análisis cualitativos:

- a) Análisis de contenido cuantitativo para percibir los componentes presentes en las letras de las canciones mangue.
- b) Interpretación de un número reducido de canciones, para obtener una visión cualitativa, complementaria al análisis de contenido cuantitativo. Esta técnica se utilizará también para analizar las expresiones de habla de los jóvenes de la encuesta sobre los valores, para verificar en ellas elementos subjetivos.

- c) Encuesta realizada con la juventud adepta al *Manguebeat*, utilizando una metodología específica de psicología social para identificar la jerarquía de valores juveniles.

Antes de detallar cada uno de los procedimientos utilizados, haremos una rápida introducción sobre el primer nivel de análisis –de las letras de las canciones mangue– comentando las características de estos textos, un tipo de construcción especial, pues conjuga las palabras con la música. Los consideramos producciones poéticas, una poesía musicada que tiene la intención de repercutir en la sensibilidad de un público específico, y como otros textos, los de los medios de masas, los de la escuela, los del habla cotidiana, en ellos concurren varios discursos y están involucrados procesos cognitivos e ideológicos de los productores, (en nuestro caso, del compositor) que es lo que define la esencia de los textos, su significación (VAN DIJK, 1993).

En este trabajo también podemos definir los textos como canciones populares, no por su significado folclórico, pero porque producen una identificación con el público popular y porque les son accesibles. En su producción de sentidos elaboran la intersección de la música con la lengua y en esta labor los versos usan la música para dar veracidad a los sentidos. Pero, por otro lado, no puede prescindir del lenguaje oral para comunicarse con el público.

La canción popular (folclórica), que hace parte de un acervo cultural de un ambiente social y cultural definido, suele producir un efecto en los oyentes: cada nueva obra musical popular que oímos, provoca la sensación de haberla oído antes, lo que comprueba que la música ya existía en el imaginario popular, si no como mensaje final, sí como manera de comunicar los sentidos. La música *Manguebeat*, que como dijimos antes no es una canción popular, aunque se elabore como un producto de masas que utiliza el lenguaje y los ritmos de la cultura popular local, puede producir en los oyentes la misma impresión que una canción popular.

“Estudiar la canción es en última instancia aceptar el desafío de explorar esa área nebulosa en que los lenguajes no son ni totalmente ‘naturales’ (en sentido semiótico del término), ni totalmente ‘artificiales’, y necesitan estas dos esferas de actuación para construir el sentido”(TATIT, 1998:87).

Para la comprensión de estas obras hay que preescrutar las sensaciones continuas, las relaciones participativas y las energías involucradas en la producción de estas formas textuales. En otras palabras, es necesario añadir a los aspectos contextuales lo que se presenta más allá del texto, contenidos discursivos que expresan la emoción depositada por los compositores en las letras.

Para analizar canciones, tenemos que considerar el contexto en el que han sido creadas ya que pueden aportar los significados que los autores de los textos deseaban comunicar. Trabajando el concepto de *contexto* de Watzlawick (1981), que en su teoría basa la realidad de las cosas y de los hechos en las creencias, Teresa Velázquez (1992) sostiene que “todo aquello que es verosímil e, incluso, inverosímil, puede llegar a ser tomado como real” (VELÁZQUEZ, 1992:25). Para nosotros, por lo tanto, el contexto asume el significado de *realidad*, como “todo lo que acontece” o “aquello que sucede”, independiente de lo que es verdadero (positivo: su existencia) o falso (negativo: su no existencia). La realidad sería así, todo aquello que es lógicamente posible y lo que no lo es, según la citación de Velázquez.

Para que las cosas sean consideradas reales es necesario que tengan una dosis suficiente de veracidad o probabilidad que las hagan creíbles. Los contextos de la comunicación de masas, realidades construidas y representaciones muchas veces distorsionadas, son un ejemplo de que las creencias pueden hacer real lo que no es. Los hechos banales del cotidiano se vuelven sociales a partir de la percepción humana que los traduce como coherentes y verosímiles. Este es “el espacio del acontecer”, que cobra sentido en la existencia/percepción del sujeto social que se reconoce miembro de un todo. “Hablar de realidad es hablar de multiplicidad. Esta multiplicidad formará la totalidad de los hechos” (VELÁZQUEZ, 1992:24).

Para Dominique Maingueneau (2000) el contexto no es necesariamente el ambiente físico, el momento o el lugar de la enunciación, ni coincide exclusivamente con la localización a la cual el texto alude para ubicar las situaciones relatadas. Apunta tres tipos de “contextos” <sup>120</sup> que pueden fornecer los elementos indispensables para la interpretación:

---

<sup>120</sup> Entrecomillado de la autora.

- a) el contexto situacional, o el ambiente físico en el que las acciones se realizan.
- b) el contexto, que es el acervo de secuencias verbales encontradas antes o después de la unidad que se desea interpretar, es decir, que hacen parte de una totalidad textual más amplia.
- c) Los *saberes* (conocimientos) anteriores a la enunciación, por ejemplo, el conocimiento previo de la situación analizada, como por ejemplo, la referencia a los nombres propios y a otros conocimientos relativos a los hechos que el texto enuncia.

Aunque Maingueneau (2000) relaciona esta clasificación de la importancia del contexto con el “discurso oral”, considera que ante los dispositivos comunicacionales nuevos, este concepto se amplía para otros campos del lenguaje. A través de la utilización de nuevos dispositivos inseridos en el acto de comunicación, los significados fluyen en forma de textos con diversos formatos (discos compactos, disquetes, mensajes web, etc.) cambiando la espacialidad del texto al mismo tiempo en que se uniformizan las variadas formas textuales (oral, escrita e impresa, esta última como texto escrito en varias copias).

A la hora de leer canciones se debe considerar dos formas en que se exponen los contenidos simbólicos, que pueden ser analizados de modo integrado, haciendo la equivalencia entre letra y melodía, por ejemplo, entre sintaxis y ritmo, o simplemente enfocando la interpretación sobre el texto escrito (las letras). En la primera forma, la percepción de la coherencia entre lengua y música fornece la condición ideal para que se produzca la verdad de la obra (BARTHES, 1972).

Sin embargo, no tenemos la intención de realizar un análisis lingüístico ni tampoco un estudio semiótico o discursivo, dentro de los moldes del análisis de discurso clásico, al interpretar los textos de las canciones. Nuestro compromiso en esta operación analítica es el de comprender los sentidos de las letras, relacionándolos a un contexto cultural de peculiaridades muy específicas, aclarando las informaciones que están contenidas en los significados no percibidos con la lectura cuantitativa. Consideramos también que la significación global de un texto, es decir, la información que contiene, es superior a la de las frases que lo componen, algunas de las cuales utilizamos para ilustrar los datos recurrentes. Por

lo tanto, en la interpretación de una pequeña muestra de canciones, vamos a tratar el texto como una estructura de sentidos, sin la preocupación de verlo como un discurso, en su concepto clásico, para lo cual sería necesario el uso de metodología adecuada.

## **4.1. LA DESCODIFICACIÓN DE LOS CONTENIDOS DE LAS CANCIONES**

La primera de las técnicas definidas en este estudio –análisis de contenidos– es muy utilizada en los análisis de comunicación porque, como afirma Laurence Bardin (1995), aporta rigor a las percepciones de los sentidos mediáticos, más allá de las apariencias. Con relación a esta técnica, la autora explica que debe ser utilizada, primordialmente, para responder algunas preguntas puntuales que se pueden formular a los objetos estudiados, teniendo en mente la necesidad de saber cómo ultrapasar la incertidumbre: lo que puedo ver en el mensaje estará efectivamente contenido, y esta “visión” particular ¿puede ser compartida por otros? En otras palabras, ¿mi lectura será válida y generalizable? Cuál es de hecho el enriquecimiento de la lectura que se hace: ¿es una mirada inmediata, espontánea, fecunda, quizás una lectura atenta podrá ampliar la productividad y la pertinencia de lo que es percibido?

Bardin concluye que, para contestar fecundamente a las cuestiones propuestas, debemos suponer que “esto ocurre por el descubrimiento de los contenidos y de las estructuras que confirman (o no) lo que se quiere demostrar a propósito de los mensajes, o por el esclarecimiento de los elementos significativos susceptibles de conducir a una descripción de mecanismos de los que a priori no detenemos la comprensión” (BARDIN, 1995:29).

La opinión de Bardin nos facilitó una base para escoger esta forma analítica con la finalidad de percibir los valores y otros aspectos de los textos, como los temas, los símbolos y la estructura del lenguaje, presentes en las canciones analizadas. Otro dato que ayudó en la elección es que los procedimientos cuantitativos, por su naturaleza objetiva, aportan fiabilidad o validez, lo que ocurre cuando en confronto con datos obtenidos de forma independiente las descripciones

e inferencias realizadas se mantienen en pie. La complementación que otras formas de análisis pueden aportar y que el análisis de contenidos no suele hacer posible. De acuerdo con esta opinión, decidimos complementar los análisis cuantitativos de este estudio con un abordaje cualitativo (BARDIN, 1995).

Décadas pasadas, Miquel de Moragas (1979) pronunció una opinión sobre el análisis de contenidos que actualmente continúa válida: en los estudios de comunicación de masas esta técnica es imprescindible para identificar los valores que predominan en la mentalidad de los individuos. Comenta que otros autores, entre los cuales incluye a Umberto Eco, rebaten esta posibilidad de la técnica de contenidos, considerando que no apunta los valores aceptados universalmente por las mentes individuales, sino que indica los valores impuestos por la ideología dominante. La técnica sería entonces considerada como un instrumento para registrar efectos de conciencia que desea producir la comunicación de masas, y no lo que verdaderamente produce (MORAGAS, 1979).

Aunque concordemos con las limitaciones del análisis de contenidos, consideramos que es un instrumento importante para entender los sentidos de los textos que analizamos, siempre que esté complementada con datos cualitativos. Definimos los textos de las canciones *Manguebeat* como textos escritos, de carácter poético, desconsiderando los sonidos que les son añadidos y que los convierte en *música*. Explicamos la elección del objeto basándonos en las características que describimos en el Capítulo I (apartado 1.5), que revelan que éste es un tipo de música que no se consume para bailar o para entretener. Su componente rítmico, con gran volumen de percusión, predomina sobre la melodía. Además, la forma como son expresadas las letras, parecido al *rap* o a la *embolada*, torna las canciones monótonas y parecen más habla que canto. Estas características son atractivas para sus adeptos, más interesados en sus mensajes y en los ritmos que las involucran que en sus melodías.

En la percepción de los valores, uno de los elementos analizados, la tarea fundamental de esta técnica es la de interpretar el sentido más allá de los contenidos de un texto, de una imagen o de un gesto, desvelando este universo de significaciones y entender el papel que juegan estas formas discursivas en la producción de los sentidos. Incluso concordando que “los sistemas de sentidos que

constituyen la comunicación de masas en su totalidad es inabarcable" (MORAGAS, 1979:140), creemos que el análisis de contenidos es una técnica que permite el descubrimiento de series de ordenaciones a partir de las cuales se hace posible la elaboración de inferencias válidas, cuando se analizan textos específicos como las canciones.

Klaus Krippendorff (1990) afirma que el contexto es la característica más importante para utilizar la técnica de contenidos con éxito. Opina que el investigador debe utilizar su sensibilidad para percibir lo real y considerar: 1) que los datos numéricos no pueden disminuir la importancia de las cualidades simbólicas de los contenidos; 2) que el análisis de datos siempre debe representar las características significativas del contexto en que estos datos son considerados (KRIPPENDORFF, 1990).

En torno a la argumentación de los teóricos sobre el análisis de contenidos, concluimos lo que se debe esperar conseguir con la aplicación de esta técnica, a la hora de buscar significados en los textos, como se propone nuestro estudio. En primer lugar se pueden percibir *unidades de significación* (representadas por palabras o expresiones) en las que es posible aplicar cálculos numéricos de frecuencia de las recurrencias. Estos datos pueden ser imprescindibles para la comprensión del objeto y posibilitar la estructuración de *marcos* (unidades del discurso que revelan sus significados o lo que desean comunicar) que indican los sentidos presentes en los textos. En segundo lugar, que los datos resultantes contribuyen en la formación de ordenaciones de todos los valores y marcos que faciliten la producción de inferencias para explicar el fenómeno y para testar las hipótesis.

Suponemos que utilizar una técnica cuantitativa es un procedimiento adecuado a la obtención de una percepción limitada, es decir, la de conocer un sistema particular de valores que está presente en un objeto de comunicación de masas determinado: la música *Manguebeat*. Además, estos valores alcanzan una parcela definida de receptores que presentan características propias y no representan a toda la juventud de Recife. Por lo tanto, nos parece que esta técnica podría orientar nuestras percepciones para conocer los valores del objeto y compararlos con el resultado de otra investigación posterior, que en el Capítulo VI mensura la jerarquía

de valores de los adeptos a esta música. Al cotejarlos será posible comprobar si existe la reproducción de los valores de las canciones en la mentalidad de estos jóvenes.

Uno de los procedimientos indispensables y prioritarios al aplicar el análisis de contenidos es la definición conceptual de las categorías del estudio. Se exige un dominio de las características del objeto así como del contexto en el que ocurre el fenómeno. La codificación de las categorías es un proceso en el que los datos brutos son transformados sistemáticamente y agregados en unidades que permiten una descripción que elimine las ambigüedades de las definiciones y garantice la exclusión entre ellas, permitiendo una descripción detallada de las características pertinentes de los contenidos analizados (BERELSON, 1952). Respecto al tema, Klaus Krippendorff, (1990) comenta que:

“Las categorías deberán ser exhaustivas y mutuamente excluyentes. (...) La ‘exhaustividad’ se refiere a la capacidad de un lenguaje de datos para representar todas las unidades de registros, sin excepción (KRIPPENDORFF, 1990:109).

En relación con el contexto, sobre el cual se debería poseer el dominio de sus características, exigió un estudio previo del tema y un gran dominio de las manifestaciones presentes en el contexto general -social, cultural, político y económico- en el que ocurren, para poder inferir de los datos significaciones fiables. Una de las principales providencias en nuestra labor ha sido la de conceptuar con la máxima precisión posible, o por lo menos esa era la intención, las categorías del análisis - que veremos a continuación - para que los resultados tuviesen sus límites muy bien definidos, con el fin de que otros investigadores, al medir el mismo concepto con las mismas definiciones y categorías, llegasen a conclusiones semejantes a las obtenidas (WIMMER y DOMINICK, 1994). A continuación presentamos una descripción detallada de las categorías elegidas, representadas por las variables y sus indicadores.

## **LAS CATEGORÍAS DE ANÁLISIS I**

### **I – Temas más recurrentes:**

VARIABLE 1 – Presencia de la cultura local

Categorías:

1. personajes
2. símbolos
3. figuras
4. manifestaciones culturales

VARIABLE 2 – Realidad socioeconómica de la ciudad de Recife

Categorías:

1. miseria (hambre, enfermedades, etc.)
2. prostitución
3. criminalidad
4. corrupción

VARIABLE 3 – Presencia de ideología

Categorías:

1. doctrinas revolucionarias
2. personajes contestarios
3. política cultural
4. dominación
5. presencia del Estado

VARIABLE 4 – Amor romántico

Categorías:

1. relaciones románticas
2. relaciones sexuales
3. abandono
4. felicidad

VARIABLE 5 – Tecnología

Categorías:

1. aspectos de la tecnología (aparatos, empresas, etc.)
2. aspectos de la tecnología de la comunicación (ídem)
3. realidad virtual

VARIABLE 6 – Exaltación de Recife

Categorías:

1. símbolos ambientales (clima, sol, etc.)

2. símbolos históricos
3. símbolos políticos ( personajes, eventos, etc.)
4. símbolos socioeconómicos (prestigio en la nación, datos estadísticos)

## **II – Expresiones lingüísticas locales**

VARIABLE 7 – Presencia del habla peculiar del cotidiano local

Categorías:

1. palabras o expresiones
2. formas gramaticales desvirtuadas
3. vocablos usados en contextos diferentes de los usuales

## **III. Uso de idiomas extranjeros (principalmente inglés y lenguas africanas)**

VARIABLE 8 – Presencia de idiomas extranjeros (principalmente inglés y lenguas africanas)

Categorías:

1. Presencia en los títulos
2. Presencia en los versos

## **IV.- Símbolos de la ciudad**

VARIABLE 9 - iconos característicos de Recife

Categorías:

1. personajes
2. objetos típicos

VARIABLE 10 - Elementos físicos

Categorías:

1. puentes
2. barrios
3. calles

VARIABLE 11 - Elementos musicales

Categorías:

1. danzas
2. ritmos
3. instrumentos

#### VARIABLE 12 - Elementos culturales del cotidiano local

Categorías:

1. comidas
2. ropas
3. adornos
4. costumbres

#### **V - Valores**

#### VARIABLE 13 – Abertura a lo nuevo

Categorías:

1. deseo de cambios en la realidad
2. aceptación de valores nuevos
3. aceptación de situaciones socialmente inadecuadas

#### VARIABLE 14 – Importancia de la esencia

Categorías:

1. actitudes despegadas de las cosas materiales
2. censura a actitudes materialistas
3. censura al consumismo
4. censura a actitudes ambiciosas

#### VARIABLE 15 – Libertad ilimitada

Categorías:

- 1.actitudes criminales
- 2.acciones contestatarias
- 3.acciones políticas
- 4.acciones leves contra normas formales
- 5.uso de drogas
- 6.conductas violentas
- 7.objetos típicos de violencia (armas, sangre, etc)

#### VARIABLE 16 – Vivir al día

Categorías:

1. vivir cada día sin pensar en el porvenir
2. desesperanza ante la incertidumbre del contexto

#### VARIABLE 17 – Fidelidad

Categorías:

- 1.a ideas, ideologías
- 2.tener opiniones propias

- 3.ser fiel a sus ideas
4. preservar las amistades
- 5.amores permanentes

#### VARIABLE 18 - Idealismo profesional

Categorías:

1. trabajo es una forma de realización personal
2. trabajo es un placer
3. trabajo no es un medio para obtener prestigio
4. trabajo no es un medio para obtener riquezas.

#### VARIABLE 19 – Compañerismo

Categorías:

1. es importante convivir con los amigos
2. hacer parte de un grupo
3. ser amado

#### VARIABLE 20 – Inmediatez

Categorías:

1. sentimiento de urgencia para que las cosas ocurran
2. incertidumbre hacia el contexto
3. tener prisa por vivir

#### VARIABLE 21 – Superficialidad de las relaciones

Categorías:

1. actitudes distantes ante las amistades
2. amores superficiales
3. hacer todo para preservar la libertad y la individualidad

#### VARIABLE 22 – Transitoriedad

Categorías:

1. inseguridad ante el porvenir
2. incertidumbre ante el contexto inestable
3. todo cambia rápidamente, incluso las convicciones

#### VARIABLE 23 – Localismo

Categorías:

1. amor por la ciudad de Recife
2. citación positiva de símbolos culturales locales
3. de características de su gente
4. elogios a personajes

5. amenizar sus condiciones sociales negativas
6. orgullo de pertenecer a la ciudad
7. referencias elogiosas a su cultura

#### VARIABLE 24 – Disfrutar de la vida

Categorías:

1. momentos de placer
2. deseos amorosos
3. disfrutar de la vida
4. de diversión
5. situaciones sexuales

Estas categorías permitieron buscar evidencias para comprobar las hipótesis que elaboramos sobre los textos de las canciones, definidas de la siguiente forma:

- En los textos *mangue*, a partir de la mezcla de diferentes elementos culturales, la simbología local asume una significación especial y hegemónica, descartando la visión tradicional que percibe la mezcla de contenidos culturales como una recreación subordinada de elementos de la cultura norteamericana.
- Los valores más recurrentes en las canciones son los de la matriz *Innovadora* y éstos destacan la importancia de la *brodagem*, del localismo y de los valores propios de una mentalidad posmoderna.

Los valores son un aspecto importante porque reflejan un paradigma de principios que forman la visión de mundo *Manguebeat* y suponemos que son ofrecidos a los jóvenes como una propuesta de actitudes y de conductas. Las variables del ítem V indican las opciones de la matriz *Innovadora* que tienen como fundamentos conceptuales las ideas teóricas que describimos en el Capítulo I. Las categorías de estas variables han sido definidas también con base en estos fundamentos teóricos, debido a su complejidad. Intentamos hacerlas operativas, ante la percepción de la ambigüedad de los textos de las canciones, en los que abundan las figuras de retórica, casi siempre las metáforas. Tomamos estos cuidados para garantizar que la identificación de los valores tuviese una consistencia adecuada.

Para asegurar una lectura objetiva de la categoría *valores*, objeto representado a través de elementos subjetivos, consideramos que ésta podría ser realizada a través de *unidades de contexto*, conceptuadas cuidadosamente. Reconocemos la opinión de Bardin (1995) cuando afirma que las reglas de lectura, ante la complejidad del objeto, son raramente aplicables. Creemos que estas categorías explicativas, que describimos a continuación, serán útiles para la calificación e identificación de los valores en los textos. Consideramos señales definidoras de la presencia de los valores cuando los textos revelan o subrayan:

- Deseo explícito de cambios en la realidad, aceptación de valores nuevos, o de situaciones no aceptadas socialmente e incluso consideradas delictivas, como incumplir las leyes (**Abertura a lo nuevo**)
- Actitudes nobles, despegadas de las cosas materiales (compartir el dinero o los bienes con los otros), censura a actitudes y acciones materialistas (consumistas, ambiciosas, etc.) (**Importancia de la esencia**).
- Benevolencia en relación a actitudes y acciones contestatarias, políticas o contra normas formales, que incluyen justificación para conductas reprobables, como uso de drogas, acciones criminosas o violentas (**Libertad absoluta**).
- Discursos que justifiquen una vida movida, o que indican satisfacción de todos los deseos o desesperanza ante la incertidumbre del contexto (**Vivir al día**).
- Hablas que atribuyen importancia a ideas, ideologías o a tener opiniones propias, y a ser fiel a ellas, incluso ante situaciones límite, y de preservar las amistades y de ser fiel a los amores (**Fidelidad**).
- Actitudes o conductas que consideren el trabajo como una vía válida de realización personal, que implica hacer lo que a uno le gusta y sin tener como objetivo principal el hecho de ser un medio de obtener prestigio y bienes materiales (**Idealismo profesional**).
- Situaciones de convivencia entre amigos, en las que destaque la importancia de sentirse parte de un todo, de ser amado (**Compañerismo**).

- Narraciones y hablas que indiquen el sentimiento de urgencia para que las cosas ocurran, por la incertidumbre del contexto, de que todo debe ocurrir inmediatamente antes de que la vida acabe (**Inmediatez**).
- Frases que muestren actitudes distantes ante las amistades y los amores, que deben ser superficiales, para preservar la libertad personal y la individualidad (**Superficialidad de las relaciones**).
- Esta categoría tiene un sentido semejante a la anterior, pero ésta revela contenidos que significan la justificación posmoderna, basada en la incertidumbre del contexto, de que no se debe profundizar en las relaciones interpersonales ya que no vale la pena porque todo cambia rápidamente, incluso las convicciones (**Transitoriedad**).
- Demostraciones de amor a la ciudad de Recife, con la citación positiva de símbolos culturales locales, de características de su gente, elogios de los personajes que incluso al denunciar sus condiciones sociales negativas, demuestran orgullo de pertenecer a ella y a su cultura (**Localismo**).
- Relatos de momentos de placer, de deseos amorosos o de disfrutar de la vida, de diversión y de situaciones sexuales (**Disfrutar de la vida**).

En la lectura minuciosa y sistemática realizada, procuramos percibir cómo estos elementos, definidos como categorías, indicaban la representación de los valores así como la importancia asumida en el contexto discursivo, a partir de su repetición y/o significación. El examen de los cuatro primeros elementos de análisis, expuestos en el apartado analítico como ítems I, II, III y IV, pretendía constatar si los temas, el propio lenguaje de los textos, la utilización de indicadores exógenos (palabras y expresiones en idiomas extranjeros, principalmente en inglés) y el uso de los símbolos culturales, por su recurrencia, denotaban importancia – dominante o subordinada – del universo cultural local o de los contenidos transculturales, para inferir como el *Manguebeat* realizaba su propuesta de hibridación.

Cuanto a la definición del universo de la muestra, consideramos las composiciones *mangue* en dos momentos distintos de su producción, a los cuales denominamos *fases*, con la finalidad de incorporar la evolución de este tipo de música. Así, establecemos como muestra de la 1<sup>a</sup> Fase las canciones pioneras de Chico Science & Nação Zumbi, representadas por el acervo musical producido en el inicio del Movimiento, en la década de los noventa, reunido en dos discos compactos antológicos de la banda musical: “*Da Lama ao Caos*” y “*Afrociberdelia*”.

La totalidad de las canciones de la muestra (38) pueden ser miradas en su íntegra en Anexos. De la primera fase, son:

- |   |                          |
|---|--------------------------|
| 1. A cidade                             | 2.Manguetown             |
| 3. Rios, pontes & overdrives            | 4.Etnía                  |
| 5. Risaflora                            | 6. Macô                  |
| 7. Banditismo por uma questão de classe | 8. Mateus enter.         |
| 9. Maracatu de tiro certeiro            | 10.A praiera             |
| 11.Samba makossa                        | 12.Amor de muito         |
| 13. Samba de lado                       | 14.Corpo de lama         |
| 15. Computadores fazem arte             | 16. Da lama ao caos      |
| 17. un passeio no mundo livre           | 18.Coco Dub              |
| 19.Monologo ao pé do ouvido             | 20. Antene-se            |
| 21. Enquanto o mundo explode            | 22.um satélite na cabeça |
| 23.Cidadão do mundo                     |                          |

Denominamos de 2<sup>a</sup> Fase las creaciones realizadas en los últimos años, representadas por canciones de los jóvenes músicos de Sheik Tosado, de la nueva etapa de Nação Zumbi y de Mundo Livre S.A. Pensamos que sería posible, a través únicamente del examen de los textos de las canciones, tener una perspectiva del mantenimiento de la evolución o de las transformaciones de los valores que pretendemos identificar. Creímos que sería adecuada una muestra de 38 unidades textuales (23 de la 1<sup>a</sup> Fase y 15 de la 2<sup>a</sup> Fase), dada la complejidad de las letras, y posibilitaría la percepción de elementos que harían el estudio significativo. Utilizamos la forma no probabilística intencional de definición de la muestra, escogiendo en una lectura previa las composiciones que consideramos más expresivas de cada disco compacto.

La inclusión de las composiciones de los nuevos discos de Nação Zumbi y de Mundo Livre S.A., este último con canciones de Fred Zero4, artista que también fue coautor de algunas de las canciones de Chico Science analizadas, garantizó la visualización de la evolución de la música, en un espacio de diez años. Incluimos en la muestra las creaciones de Sheik Tosado, perteneciente a la nueva generación, para facilitar los resultados con relación al objetivo de la comparación.

La muestra de la segunda fase está compuesta por las siguientes canciones:

- |   |                          |
|---|--------------------------|
| 1. O misterio do samba                        | 2. Por pouco             |
| 3. Concorra a um carro                        | 4. Ligação direta        |
| 5. Meu esquema                                | 6. Esquenta barracão     |
| 7. Toda casa tem um pouco de África           | 8. Batedores             |
| 9. Quando a maré encher                       | 10. Hardcore brasileiro  |
| 11. Arrancando as tripas                      | 12. Andromangue/Brasília |
| 12. Mote del Dr. Charles Zamboree             | 14. La ursa              |
| 15. Protótipo sambadélico de mensagem digital |                          |

Inicialmente, procedimos al análisis de las canciones escogidas como muestra, aplicándoles el instrumento de investigación del Anexo y cuya tarea aportaría datos cuantitativos. Complementamos los resultados del primer análisis con la interpretación de los sentidos de las canciones, que debían ser descodificados debido a su hermetismo y al gran número de referencias al contexto local específico. Por otro lado, esta tarea permitió apuntar las circunstancias textuales en que los valores se revelan, añadiendo un dato cualitativo a su comprensión.

La Ficha de Registro de los datos recogidos (que está en Anexos) fue sometida a dos pruebas y se le ajustaron los puntos detectados como no satisfactorios, para que pudiera traducir las categorías definidas, antes de que se procediera al registro de los datos. Todo el material introducido en estos instrumentos fue exhaustivamente examinado a través de lecturas sucesivas, antes e incluso después del registro en la ficha. Los campos que no estaban claros nos obligaron a echar nuevamente un vistazo a sus textos correspondientes. Después de este trabajo, sometimos los datos recogidos a un análisis de frecuencia, mensurando las unidades de análisis registradas, lo que permitió medir los elementos más frecuentes y posibilitó la percepción de la realidad estudiada. Los

resultados permitieron la elaboración de un análisis de las palabras que se repetían en los textos y de su asociación a los valores, indicando los significados que confirmaban los resultados numéricos. El análisis de la frecuencia, así como la recurrencia de las palabras, fueron procesados por un programa de análisis concebido especialmente para la investigación y procesado en ambiente Excel, mediante la creación de un Banco de Datos.

## **4.2. LOS PROCEDIMIENTOS PARA OBTENER LOS SENTIDOS DE LOS DATOS CUANTITATIVOS**

Respecto a la interpretación, debemos aclarar que ésta representa un complemento del análisis de contenido cuantitativo al que fueron sometidos los textos trabajados, y que son dos aspectos distintos del objeto de investigación: las letras de las canciones *Manguebeat* y los testimonios de la juventud adepta al movimiento. Nuestra intención no ha sido la de realizar un análisis lingüístico sino la de interpretar contenidos de mensajes que permitieran añadir elementos cualitativos a los datos numéricos aportados a través de la técnica de análisis de contenido, para llegar a unas reflexiones más ricas y fecundas.

Nuestra intención no fue la de realizar un análisis lingüístico sino interpretar contenidos que posibilitasen añadir elementos cualitativos a los datos numéricos aportados a través de la técnica de análisis de contenidos, tornando más ricas y fecundas las reflexiones.

En esta técnica, que Francesco Casetti y Federico do Chio (1999) definen como “análisis de contenido como investigación”, los valores numéricos no son considerados absolutos y asumen un valor referencial. Como pretendemos entender las tendencias que los discursos aportan, los de los textos de las canciones sometidas al análisis de contenidos y los de las hablas juveniles recogidas en la encuesta, no vamos a considerar relevante la recurrencia de los elementos, sino procurar entender los sentidos que revelan. Así, los contenidos que aparecen una vez pueden ser más significativos que otros que son identificados en los discursos. Destacamos las principales características de la técnica:

- 1) utiliza unidades de clasificación sin hacer una correlación lingüística inmediata: los sentidos que asumen las palabras son más significativos que el número de veces que aparecen en el texto.
- 2) tiende a dar espacio al momento interpretativo, es decir, el análisis de los datos tiene la intención no sólo de describir la situación estudiada sino que, sobretodo, pretende explicar las relaciones que ocurren y los sentidos generales que pueden ser encontrados fuera del texto.
- 3) verifica las connotaciones que se propone el tema analizado, relacionando la confluencia de los elementos del texto: en la interpretación de los sentidos del texto, se deben relacionar entre sí los elementos de todo el discurso y no sólo de la frase o vocablo.
- 4) utiliza instrumentos de registro más flexibles y menos estructurados. Además de la definición de categorías, que no necesitan ser tan estructuradas, es necesario que sean definidos sus conceptos con claridad (CASETTI y CHIO, 1999).

El análisis de contenidos como investigación también produce datos de forma numérica, integrándolos después de computados en un mayor esfuerzo interpretativo. Las frecuencias numéricas no tienen valor en sí mismas y adquieren significados a partir de modelos que representan o sugieren. Para atribuirles sentido, deben ser relacionadas con necesidades explicativas de la investigación y no con una mera descripción del objeto analizado.

La interpretación de los contenidos recogidos consiste en ir más allá del simple recuento de elementos visibles de la comunicación, entendiendo las relaciones que mantienen estos contenidos, captando la intencionalidad con que se emiten, las peculiaridades de los contextos en que se emiten y quiénes emiten.

Además, hacer un análisis de contenidos significa ser capaz de incluir el aspecto cualitativo, que es la búsqueda de comprensión de los datos *latentes* que representan un universo de significados simbólicos en los mensajes. Éstos son capaces de transmitir una multiplicidad de contenidos, incluso en una sólo emisión, y es importante intentar registrar todas las posibilidades de los significados que los discursos aportan (KRIPPENDORFF, 1990).

Para la interpretación de las canciones, destacamos un número reducido de composiciones que creemos ejemplifican más fácilmente los elementos identificados en el análisis de contenido, así como identificamos los sentidos de los contenidos que expresan y los valores que encierran. Escogimos las canciones de la 1<sup>a</sup> Fase: “Rio, puentes e overdrives”, “Banditismo por uma questão de classe” y “um passo do mundo livre”, y de la 2<sup>a</sup> Fase: “O mistério do samba”, “Concorra a um carro” y “Toda casa tem um pouco de África”. Estas canciones presentarían con más claridad los códigos verbales que representan los valores y las referencias del contexto, expresando los contenidos cuya recurrencia analizamos. Además, revelan la mentalidad, las ideas políticas sobre la realidad social y sobre el contexto circundante de los compositores, elementos que son predominantes a la hora de analizar cualitativamente las canciones.

Consideramos que los elementos discursivos del habla juvenil, contenidos de opinión obtenidos a través de una encuesta, eran diferentes de los de las canciones que representaban una visión crítica sobre un producto cultural. Eran dirigidos a contestar solo una pregunta directa, en otro tipo de investigación y no tenían la complejidad de las letras analizadas, compuestas con un lenguaje metafórico. Las respuestas eran directas y generaban con frecuencia textos pequeños con frases cortas construidas con un lenguaje coloquial. Debido a estas características, decidimos que era posible descodificar sus sentidos sin recurrir a una metodología más compleja que la del análisis de contenidos.

Cuando realizamos la encuesta para mensurar los valores, añadimos una pregunta al instrumento de recogida de datos: ¿Qué elementos presentes en el movimiento *Manguebeat* hacen que te identifiques con él? Pedimos que los encuestados opinaran, utilizando una redacción libre. Inicialmente, tratamos los textos resultantes como datos cuantitativos, leyendo sus contenidos y representando de forma numérica la frecuencia con que las categorías resaltaban. Posteriormente, complementamos las deducciones de estos datos con la interpretación de los sentidos de los textos, comparándolos con el perfil de valores que emergen en los resultados numéricos.

La justificativa teórica para dar este trato a los textos fue el hecho de considerar que éstos se forman a partir de varios actos de recepción de las canciones y que en este contacto se realiza la identificación con sus significados simbólicos. El reconocimiento del receptor como elemento significativo del proceso de comunicación conduce a interpretar la importancia que asumen sus percepciones, acercando la noción de comunicación con la de cultura, ya que estas formas de sentir se vuelven perceptibles en la práctica cultural. En el estudio de la significación de las recepciones musicales, por ejemplo, se introduce como objeto de estudio las mediaciones, ante el reconocimiento del receptor como sujeto productor de sentidos (JACKS, 1995).

El objeto es analizado en el espacio-tiempo del cotidiano, el lugar privilegiado en que la mediación de la música ocurre. “Espacio-tiempo que no está desvinculado de la estructura realizada por el marxismo o permanece inmune a las seducciones de la industria cultural y llega a sobrepasar estos límites para dar sentido a la vida y a las condiciones para la subsistencia del individuo” (JACKS, 1995; 153).

El análisis de las mediaciones no desconsidera, como dijo Martín-Barbero (1997), la importancia de los medios de comunicación en la formación de sentidos, va más allá. Considera el acto de recepción como algo regido por una lógica propia que emana de un universo cultural peculiar (el popular) que tiene una memoria y un imaginario que se plasman a partir de sus condiciones concretas de existencia, es decir, de una praxis única y especial. Esta lógica se destaca por no mantener ninguna relación con la racionalidad del sistema que la abarca, pero que no la traspasa.

Como comentamos anteriormente en este estudio, el significado de la música como elemento de mediación entre los significados de los mensajes y los contingentes juveniles es reconocido por los analistas del fenómeno del tribalismo contemporáneo. La música penetra en todos los espacios sociales y se *fetichiza* como una mercancía que puede ser consumida en el mercado. Por otro lado, este tratamiento que recibe no excluye su capacidad de emitir sugerencias de valores al ser ofrecida como contenido simbólico a través de los medios de masas. En esta irradiación transpone la significación material y sugiere los sentidos con

los cuales las audiencias miran la realidad, lo cual produce identificaciones y hace cambiar la forma de relacionarse con el cotidiano.

Entre los sentidos que los contenidos musicales elaboran, utilizando un lenguaje específico, hay que destacar el impacto que produce en la formación de la identidad juvenil la denuncia de las condiciones sociales del contexto en el que viven, lo que influye en la visión de mundo y en las relaciones interpersonales. En relación con la identidad que los jóvenes adeptos al mangue revelan construir, por sus actitudes y posturas, y que está en la raíz de nuestras preocupaciones, debemos decir que sus pensamientos expresados por escrito son elementos que pueden aportar un entendimiento de las tendencias de una identidad. Como la identidad es un concepto trascendental y transitorio, ya que está en permanente construcción, la ambición es la de desvendar algunas tendencias.

El concepto de *identidad* ha sido tema de largo debate. Representa un nudo problemático y un campo de maniobras en las investigaciones, pues a través de su manejo es posible experimentar la eficacia de las categorías y la solidez de los marcos teóricos (CASETTI y CHIO, 1999).

La identidad ha sido tratada por algunas teorías, entre las cuales destacamos la *esencialista* o *natural* que ha servido para justificar, en un pasado reciente, odiosas políticas de discriminación racial y cultural (HALL, 1998). Según esta teoría, la identidad es una construcción fija y estable que el individuo desarrolla, y concluye en un momento más o menos determinado de su vida. Sería como un código genético impreso en su mente que cada persona recibe de sus ancestros y que funciona como una camisa de fuerza, de la cual no puede huir (BAUMAN, 1990).

Zygmunt Bauman (1990) sostiene que esta forma de definir el concepto es heredada de la visión Moderna, en la que la identidad era una marca que el individuo recibía e la familia y no que construía de forma individual. La tradición que imperaba como valor determinaba la importancia pública que cada persona tenía al nacer, lo que constituía una marca que moldeaba la identidad personal desde el nacimiento hasta la muerte. En la actualidad, la posmodernidad define que las identidades sean flexibles, efímeras para ajustarse a los cambios veloces que

ocurren, cuya evolución debe ser acompañada por los individuos, que se transforman a lo largo de la vida. Por lo tanto, éstas no se forman a partir de ninguna elección definitiva, ya que se fundan en identificaciones fluidas en constante movimiento de cambio (BAUMAN, 1990).

Este sentido de transitoriedad se encuentra en la raíz de la posmodernidad que articula el predominio de valores que también son cambiantes. Por esto, la investigación que hacemos pretende analizar las señales emitidas por el habla juvenil sin considerarlas impresiones definitivas, sino como opiniones emitidas que revelan disposiciones e identificaciones realizadas en un momento determinado, que pueden cambiar por factores contextuales e íntimos.

Respecto al tema, Enrique G. Calvo (2001) construye una teoría sobre las metamorfosis de la identidad, lo que parece ser el destino inevitable del ser humano actual. Ésta confirma la disponibilidad para sentir nuevas emociones, descubrir novedades, lo que se puede percibir en el interés juvenil por la tecnología digital y por los contactos interpersonales que aporta a sus usuarios. En la posmodernidad, los individuos están condenados a convertirse en "Pigmalión" de sí mismos. Pero no un "Pigmalión" escultor, que tiene como misión realizar una obra completa, como en la historia, sino un "Pigmalión" cineasta.

Esta trascendencia la explica apelando a la figura del cine, una metáfora adecuada porque: las películas de cine se hacen con formas móviles, que cambian de fotograma en fotograma, de secuencia en secuencia, creando una fluida ilusión de móviles continuidades que resulta en un producto completo. Cuando habla de transitoriedad, el autor afirma que la identidad no tiene que ser rígida, inmutable o adaptarse a todas las situaciones. Debe amoldarse y permanecer constante, manteniéndose fiel a sus principios, a sus convicciones "buscando el cambio que mantenga la continuidad de nuestro propio Yo" (CALVO, 2001:267).

En el marco de este trabajo tampoco definimos el concepto de *identidad* como elemento en el que predomina el concepto de *identidad cultural*, que a su vez se asocia a la asimilación étnica, a la definición de géneros, o quizás a los aspectos psicológicos y sociales producidos por la socialización. La visión con la que percibimos la identidad es de fondo cognitivo, conduce al sujeto a emprender una

búsqueda solitaria y continuada para capturar la significación de su *Yo* y ubicarlo en el contexto social circundante. Para ello, confronta los caracteres de su cultura con los patrones contradictorios, alternativos e inéditos a ella, identificándose con lo que está más próximo de sus percepciones individuales. Esta búsqueda se perpetra durante toda el camino vital que el ser humano recorre, viviendo en los multifacéticos entornos en los que se ubica y haciendo que cada individuo sea un ser de múltiples y variadas facetas. Esta flexibilidad no significa que la identidad sea algo voluble y que no confiera al individuo un carácter específico e identifiable.

Sin embargo, todos tienen unas características especiales que les hacen reconocibles y únicos. Al hablar de cambios, nos referimos a que la identidad es una marca sobre la que se van agregando las impresiones que la persona recibe durante toda la vida, en la que va recogiendo experiencias que agrega a su *Yo*.

La vivencia individual con los objetos y sentidos culturales construye modelos mentales que forman la identidad y que son indicativos de las acciones individuales. El procedimiento cognitivo que precede al cambio de valores se explica porque “la cognición es también algo social, tanto como lo son las actuaciones de la gente y de los pensamientos. Los conocimientos que la gente tiene son esquemas sociales que resultan de lo que las personas comparten con otras” (VAN DIJK :1994a:59-59).

A partir de estas definiciones sobre la identidad, discutidas brevemente ya que no es el objetivo principal de este estudio, procuramos analizar los discursos juveniles que surgieron como respuesta a una pregunta libre incluida en el cuestionario de valores.

En la perspectiva de percibir lo que la juventud *Manguebeat* valora, establecemos como hipótesis que este grupo de jóvenes, que no representa verdaderamente una tribu en el sentido que le atribuyeron varios analistas, tales como Lipovetsky (1996), Mafessoli (1996), Frith (1989) y Béjar (1988), está en el proceso de formación de una mentalidad original, modulada en una percepción de mundo diferente de los patrones señalados por la sociedad circundante.

Los datos de la pregunta abierta originaron 53 elementos discursivos, ya que 10 encuestados no contestaron a la pregunta y otros 22 contestaron con respuestas breves, que contenían ideas irrelevantes como: “todo encanta”, “nunca pensé en esto”, “no sé” o “es imposible contestar a esto”, etc. que fueron retiradas del corpus analítico. Las unidades resultantes fueron analizadas en reiteradas lecturas para el registro de las unidades de análisis en la Ficha de Análisis de Contenido, relacionada en el ítem Anexos. Explicamos que estos pequeños textos, escritos en lenguaje coloquial y algunos muy breves, contienen elementos simbólicos relativos a la identificación producida por el *Manguebeat* en la juventud. Para su registro en la ficha de investigación, se realizó un cuidadoso examen para obtener su descodificación y adecuarlos convenientemente a las categorías de análisis establecidas. Citamos íntegramente los 53 discursos con la opinión de los jóvenes sobre esta relación.

El material analizado que compone el *corpus* de estos discursos revela varias categorías entrelazadas. En algunos de ellos se sacaron dos e incluso tres categorías. El total de registros en el análisis numérico es de 85 unidades cuya frecuencia está descrita en la Figura 10 del capítulo VI. En ella están relacionados los porcentajes de las opciones definidas por los discursos juveniles.

La hipótesis levantada sobre las características más significativas es que la identidad que la juventud construía con los componentes del *Manguebeat* revelaba como factores más destacados el sentimiento localista, el sentido de pertenencia y la naturaleza de las ideas político-ideológicas del movimiento. Los dos primeros aspectos se destacan en los testimonios juveniles que han sido computados numéricamente en la aplicación de la técnica de análisis de contenido con investigación: los valores **Localismo** y **Compañerismo**, que terían una posición semejante a la revelada en la investigación cuantitativa de valores juveniles.

Como primera operación, establecimos las categorías de análisis relacionadas con la hipótesis, un parámetro con el que se pudiera reconocer en los textos los contenidos que comportan. En la elaboración de las categorías de análisis procuramos garantizar la conceptuación exhaustiva y la exclusión entre ellas. Pasemos a la descripción de las categorías:

## CATEGORÍAS DE ANÁLISIS II

### VARIABLE 1 – Música

Categorías:

Definición conceptual: Definición conceptual: el concepto de *música* que utilizamos es el que en lenguaje usual define en Brasil a una composición musical (letra, sonido y ritmo). Así, a esta categoría se le incluyen las referencias a los sonidos, a la melodía, a los ritmos y a las letras.

Categorías:

1. la composición como un todo
2. las letras
3. el ritmo
4. los mensajes

### VARIABLE 2 – Ideas

Definición conceptual: son emisiones en las letras que indican principios y posiciones político-ideológicas, como las que los autores *mangue* revelan en sus músicas o en sus declaraciones públicas.

Categorías:

1. denuncia de los problemas sociales
2. protesta por la política cultural
3. protesta por la libertad personal
4. posiciones sobre la globalización
5. posición sobre el sistema
6. posición sobre el consumismo
7. posición sobre la discriminación y el racismo
8. posición sobre el consumo de drogas
9. posición sobre el amor y las relaciones sexuales.

### VARIABLE 3 – Sentimiento localista

Definición conceptual: exposición de ideas que hagan referencia al contexto local cultural.

Categorías:

1. bellezas del Recife
2. rescate cultural
3. autonomía de la ciudad
4. orgullo de pertenecer a un contexto específico
5. rechazo a lo exógeno.

#### VARIABLE 4 - Pertenencia

Definición conceptual: referencias al sentimiento de pertenecer a un grupo, a serle fiel y a sentirse bien conviviendo con sus iguales.

Categorías:

- 1.ambiente en el que convive
- 2.las conductas de los miembros
- 3.el no formalismo de las conductas
- 4.la libertad de pensamientos y de conductas
5. la coherencia del grupo
- 6.pertenecer a una generación

En el análisis de la visión de lo real que compone esa identidad, a la que podemos llamar de *innovadora* o *en mutación*, la preocupación principal de nuestro estudio no es sólo identificar los elementos culturales que atraen a estos jóvenes. Deseamos reconocer además qué símbolos de la cultura local, entre otros elementos que emanan del *movimiento mangue*, sensibilizan más y contribuyen en la construcción de este nuevo paradigma referencial, a partir del cual emprenden el descubrimiento de la vida, la concepción del porvenir y de sus conexiones sociales cotidianas.

### **4.3. LOS PARÁMETROS DE LA INVESTIGACIÓN DE LOS VALORES JUVENILES**

Realizamos el estudio para identificar los valores juveniles en dos partes: en la primera utilizamos una investigación cuantitativa, empleando un modelo metodológico consagrado y repetido algunas veces por investigadores que estudian los valores. A partir de estos resultados, y disponiendo de textos coloquiales, caracterizados como *habla escrita* y producidos en respuesta a una pregunta abierta introducida en el cuestionario de la encuesta, realizamos un acto de interpretación con el objetivo de comprobar los datos cuantitativos aportados y entender el sentido simbólico que el discurso juvenil expresaba sobre la identificación que estos jóvenes mantienen con el movimiento *Manguebeat*, para entender el alcance de la recepción de los contenidos de las canciones.

Al averiguar los valores, el investigador debe tener en mente que éstos son como productos culturales del contexto actual de posmodernidad, están en permanente proceso de cambio. En este sentido, las imposiciones culturales y las normas formales son aspectos de lo real que reflejan el contexto en el que han sido pronunciados, y que tienen una importancia fundamental para que los individuos entiendan las construcciones simbólicas presentes en los discursos cotidianos con los que se involucran en la realidad. Las imposiciones culturales y las normas formales que emanan de este mismo contexto social representan importantes elementos, algunas veces contradictorios entre sí, que influencian el modo como el individuo percibe su realidad y cómo se coloca en ella. Debemos dar énfasis al hecho de que el imaginario individual está moldeado por la significación que asumen las creencias y los valores presentes en el imaginario colectivo.

Como tarea previa a la investigación realizamos un sondeo cualitativo con 10 profesores universitarios y 3 artistas del movimiento *Manguebeat*, profesionales con vivencias próximas a los jóvenes. La entrevista, que fue grabada en cinta para un estudio posterior de su contenido, estaba basada en la siguiente pregunta: ¿Cuáles son, en su opinión, los tres valores más importantes para los jóvenes recifenses actuales? Las respuestas de los entrevistados revelaron una convergencia notable, lo que facilitó la elaboración de las matrices o categorías de la investigación. A partir de estas opiniones y de las teorías discutidas en el Capítulo I, que versa sobre la naturaleza del ser humano actual, construimos un paradigma de prioridades de lo que, para nosotros, representa la *visión de mundo* de este segmento concreto de la juventud de Recife. Estas informaciones teóricas definieron las categorías del análisis y posteriormente determinaron la composición tanto de la Ficha de Registro de la investigación de contenidos de las canciones, como de los instrumentos de recogida de datos del presente capítulo.

Por lo tanto, en este capítulo realizamos un estudio cuantitativo para percibir los valores que son más prestigiados por la juventud *mangue*, definiendo como hipótesis *que estos valores juveniles tienen relación con la recepción de la música Manguebeat y que son coherentes con los mismos valores que reconocemos en los contenidos de estas canciones*.

La necesidad de identificar la jerarquía de valores (preferencias) que predomina entre los encuestados indicó la realización de una encuesta modelada en la metodología propuesta y practicada por Álvaro Tamayo (1988 y 1994), que detallaremos en este apartado. La estructura motivacional de los valores humanos ha sido objeto de muchos análisis que para reconocerla propusieron categorías que poseían algunas diversidades. En 1987, Shalom Schwartz y Wolfgang Bilsky consideraron que las exigencias universales del ser humano, que constitúan la fuente de los valores, se expresaban a través de tipos *motivacionales*. Con base en la literatura relativa a las necesidades, motivos sociales y exigencias institucionales y funcionales de los grupos sociales, postularon la existencia de varios de estos tipos. El número y la terminología utilizada para designarlos previamente fueron modificados mediante los resultados de investigaciones empíricas posteriores, lo que continúa a ocurrir en análisis más recientes (Schwartz y Bilsky, 1990; Schwartz y Tamayo, 1993).

Cuando los investigadores tratan de identificar valores referentes a una mentalidad de grandes contingentes poblacionales, como las naciones, verifican los aspectos de la *estructura motivacional* y la *estructura bidimensional* de los valores. La gran mayoría de las investigaciones realizadas en occidente en este ámbito, utilizan como instrumento de medida la escala de Rokeach (1968/69), que contiene 36 valores. En estudios más contemporáneos, Schwartz y sus colaboradores identificaron 56 opciones en las naciones que investigaron. El instrumento de investigación utilizado en nuestro estudio reproducía la forma del modelo empleado por Shalom Schwartz y Álvaro Tamayo (1993), pero substituimos las opciones de valores originales por las de dos matrices creadas con los valores que suponíamos serían los de la juventud mangue. El cuestionario contenía 21 opciones de valores, distribuidas en dos matrices: valores *integrados* (9) y valores *innovadores* (12). Este instrumento de recogida de datos que puede ser visto en la parte Anexos, contenía las 21 opciones en forma de conceptos, distribuidas de tal forma que los encuestados no pudieran identificar los valores o a qué matriz éstos estaban relacionados.

Para procesar las dos dimensiones que las investigaciones persiguen usamos el método de Análisis del Espacio Menor (*Smallest Space Analysis, SSA*) de Guttman (1968). Esta es una técnica indicada para el análisis estructural de la

similitud de datos que se obtienen a través de la media de las puntuaciones atribuidas por los entrevistados. A través de esta técnica, los valores son representados como puntos en el espacio multidimensional, de tal forma que las distancias entre ellos expresen las relaciones empíricas entre los valores, tal como han sido mensurados en las correlaciones de grados de importancia numérica, de acuerdo con las respuestas de los entrevistados.

En este estudio, como no era nuestro objetivo obtener la visión de las estructuras de conflicto y compatibilidad entre valores, recurrimos a un profesional de estadística que realizó cálculos que permitieron, a través de la media, distribuir los valores en la escala. El resultado de nuestros cálculos identificó qué valores eran más puntuados y cómo se distribuían en la escala jerárquica. Fue utilizado el programa *Excel for Windows*, produciendo un Banco de Datos que generó los cálculos y las tablas que originaron la Reproducción Gráfica de la Escala Jerárquica de Valores (Figura 8).

La muestra fue de 90 jóvenes de los dos性os y con edad comprendida entre 15 y 29 años, que se decían adeptos al *Manguebeat*. A estos encuestados se les explicaba que deberían atribuir importancia a los valores como principios que orientan su vida, evaluándolos en una escala de 0 a 7. Cuanto más importante sería el valor, mayor el número atribuido. Al valor considerado el *más importante como guía en su vida* (sólo podría ser una opción) deberían atribuirle 7. Para todas las opciones *contrarias a sus principios* darían la nota 0. Las opciones restantes, más próximas o más distantes de 0 o 7, puntuarían de acuerdo con el grado de representatividad que tendrían en su formación de actitudes. La puntuación atribuida a cada valor sería sumada y se realizaría la media de cada opción.

Para procesar la jerarquía, el estadístico profesor Cesar Silva calculó el valor crítico necesario para obtener una diferencia significativa ( $p,01$ ) entre dos medias. El número extraído fue 0,10, el cual utilizamos como intervalo crítico para dividir la escala vertical en varios segmentos iguales (vide Figura 9). En los espacios delimitados de la escala situamos los valores, por su resultado medio, ubicados en cada lado de la escala de acuerdo con las matrices: Integrada (al lado izquierdo) e Innovadora (al lado derecho). Al distribuir los valores, notamos que se formaron

cinco conjuntos nítidamente separados por espacios vacíos, delineando cinco niveles jerárquicos.

La presente investigación definió una muestra de 90 sujetos, de ambos sexos, con edad entre 15 y 20 años (*adolescentes*) y entre 21 y 29 años (*jóvenes*, también llamados *pos adolescentes*). El número de entrevistados corresponde a la representatividad encontrada entre el contingente de juventud que había declarado ser adeptos al *Manguebeat*, en la investigación que realizamos en 1999, con una muestra de 400 jóvenes de Recife. Entre éstos, 22,5% correspondía a individuos que se declararon adeptos al movimiento *mangue*.

Cuanto a la definición de sexos, no segmentamos el contingente entrevistado proporcionalmente a la amplitud del universo total, con relación a esta categoría, por no conocer la incidencia de adeptos del sexo masculino y del sexo femenino en la población real. La identificación de los entrevistados quedó condicionada sólo a su declaración como adeptos al movimiento *Manguebeat* y a que estuviesen en los límites de los intervalos de edad establecidos. Los participantes contestaron al cuestionario, después de ser identificados y seleccionados de forma no probabilística accidental, en lugares en los que existe una mayor circulación de adeptos al *mangue*, tales como ferias, restaurantes y bares. Durante la recogida de los datos contamos con la participación de tres estudiantes de Periodismo y Relaciones Públicas de la *Universidade Católica de Pernambuco*, becarios de Iniciación Científica.

Añadimos al cuestionario una pregunta abierta para que los encuestados respondiesen sobre las razones que provocaban la identificación con las ideas del movimiento *Manguebeat*, qué producía esta representatividad en sus vidas. Estas declaraciones libres constituyeron datos significativos y fundamentales para confirmar la percepción sobre la nueva identidad que los jóvenes *mangue* están construyendo, en consonancia con un concepto inédito de la realidad posmoderna que está en vigencia en el mundo contemporáneo. Esta pregunta única generó textos discursivos de los encuestados que comportó un análisis de contenido, descrita a continuación.

## **CATEGORÍAS DE ANÁLISIS III**

Las categorías construidas para percibir la identidad juvenil a través de los valores están ancladas en las definiciones de las dos matrices, Integrada e Innovadora, y representan las variables de la investigación, cuyas unidades analíticas son las opciones de valores de cada matriz. A continuación, pasamos a relacionarlas:

### **I – Valores Integrados**

#### VARIABLE 1.Éxito

Categorías:

1. prestigio social
2. éxito financiero
3. éxito profesional

#### VARIABLE 2.Importancia de la apariencia

Categorías:

1. física
2. social
3. de éxito financiero

#### VARIABLE 4. Respeto a las normas

Categorías:

1. sociales
2. legales
3. a las conveniencias

#### VARIABLE 5.Visión utilitaria

Categorías:

1. conocimientos para obtener el éxito profesional
2. conocimientos para tener prestigio social

#### VARIABLE 6. Vanidad

Categorías:

1. preocupación con el cuerpo
2. preocupación excesiva con la apariencia

#### VARIABLE 7.Práctica utilitaria

Categorías:

1. trabajo como forma de tener éxito financiero

2. trabajo como forma de tener éxito social

**VARIABLE 8. Tradición**

Categorías:

1. respeto a las tradiciones
2. éstas sostienen a la sociedad

**VARIABLE 9. Ser espabilado**

Categorías:

1. conductas de vivacidad éticas
2. conductas de vivacidad no éticas
3. uso de estrategias para tener lo que uno desea.

**II. Valores Innovadores**

**VARIABLE 10. Vivir al día**

Categorías:

1. no pensar en el porvenir
2. vivir el día de hoy
3. no esperar nada del porvenir

**VARIABLE 11. Fidelidad**

Categorías:

1. fiel a los amigos
2. fiel a la pareja
3. fiel a las convicciones
4. fiel a los ideales

**VARIABLE 12. Idealismo profesional**

Categorías:

1. trabajo como forma de realización personal
2. forma de satisfacción

**VARIABLE 13. Compañerismo**

Categorías:

1. importancia de tener amigos
2. importancia de ser amado
3. importancia de ser solidario en grupo

**VARIABLE 14. Apertura a lo nuevo**

Categorías:

1. probarlo todo
2. estar abierto a todo

**VARIABLE 15. Inmediatez**

Categorías:

- 1.tener todo rápido
- 2.no esperar a nadie
- 3.quemar etapas

**VARIABLE 16. Superficialidad**

Categorías:

- 1.relaciones profesionales efímeras
- 2.relaciones amorosas efímeras
- 3.amistades superficiales

**VARIABLE 17 - Disfrutar de la vida**

Categoría:

- 1.placer sexual
- 2.mucha diversión
- 3.disfrutar con los amigos

**VARIABLE 18. Trabajo**

Categorías:

1. modo digno de ganarse la vida

**VARIABLE 19. Libertad ilimitada**

Categorías:

1. de expresión
- 2.de conductas
- 3.actitudes individualistas

**VARIABLE 20. Transitoriedad**

Categorías:

- 1.los gustos cambian
- 2.las ideas cambian.
- 3.los sentimientos cambian

## VARIABLE 21.Localismo

Categorías:

1. valor a la cultura local
2. valor a la ciudad
- 3.orgullo de los orígenes culturales
4. rechazo a lo exógeno

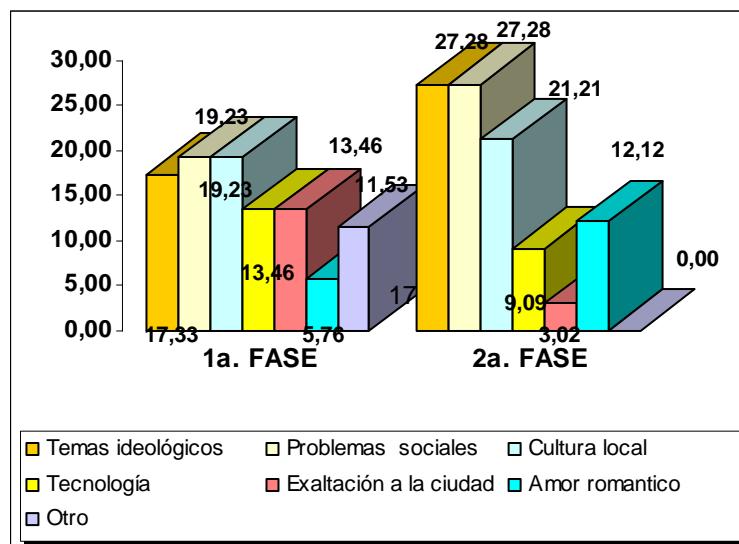
## **CAPÍTULO V**

### **SÍNCRETISMO MUSICAL EN CONTEXTO LOCAL**

## 5.1. LOS CONTENIDOS DE LAS CANCIONES *MANGUEBEAT*

De acuerdo con las consideraciones teóricas que explicitamos en el apartado anterior, consideramos cinco ítems como elementos de orientación para el análisis de contenido, técnica utilizada en la formulación de inferencias sobre el proceso de hibridación y de los valores que orientó la lectura de las canciones *mangue*. Las categorías elegidas para mensurar el primer aspecto, de acuerdo con lo descrito en el capítulo anterior, han sido: temas, idiomas utilizados, expresiones presentes del lenguaje local y uso de símbolos culturales en las letras de las canciones. Después de juzgarlos y de trabajarlos, los datos se exponen en gráficos, como veremos a continuación. Éstos revelan el contraste entre las dos fases de las composiciones, ya que presentan diferencias por haber nacido en distintos contextos temporales. El análisis de la prioridad de los *temas* está representado en la Figura 3 que orienta los comentarios analíticos.

**FIGURA 4 – REPRESENTACIÓN GRÁFICA DE LA TABLA 1:  
TEMAS EN LAS LETRAS**



Analizando el ítem I, percibimos que en las canciones están presentes tal multiplicidad de temas, que se hace imposible destacar solo uno. En una buena parte del material analizado, es difícil detectar el tema predominante porque los múltiples significados apuntan a diferentes variables que se entrelazan. Esto se

debe a la densidad de las letras, en su mayoría con pocos versos y con un lenguaje metafórico sorprendente. Sin embargo, un aspecto quedó claro: la intención de los autores de reflejar el contexto circundante -la ciudad de Recife- en la poesía que brota espontánea, debido a su propuesta de envolvimiento localista del movimiento. Las variables que establecimos se confunden, y lo mismo pasa con las características oscuras del contenido analizado. Incluso después de repetidas lecturas, persistieron las dudas para reconocer el tema principal de cada letra, categoría que inicialmente nos propusimos identificar. Ante las dificultades provocadas por las idiosincrasias del material analizado, optamos por reconocer en cada unidad de los textos todos los temas que destacaban, lo que resultó en un conjunto de categorías múltiples que se repiten en varias unidades. En el examen de la Figura 3, constatamos que hay diferencias significativas en la prioridad de los temas, en las dos fases definidas.

Las canciones escritas con la poética de los primeros años, cuando el movimiento empezaba a caminar e intentaba afirmarse y ganar adeptos de forma lenta, revelan la preocupación con dos temas principales: el de exaltar la *cultura popular local* y los *problemas sociales* de la ciudad. Dentro del primer aspecto destacan los iconos y las manifestaciones típicas de la tierra natal. Se alude a la creatividad de los ritmos populares (*maracatu, cabocinhos, coco*, etc.) y a los instrumentos típicos de percusión tales como *bombos, alfaia, tambores* y otros, que producen la mezcla híbrida con los sonidos metálicos de la guitarra eléctrica, en perfecta simbiosis con los ecos de la percusión.

Verificamos que los valores atribuidos a los elementos culturales locales (19,23%) se equiparan en importancia a la necesidad de denunciar la situación socioeconómica de desigualdad social, de pobreza y de violencia que componen el cotidiano de una buena parte de la población. La denuncia insinúa aspectos como la prostitución infantil, presente en un largo contingente de niñas y chicas pobres, y de violencia cotidiana que ocurre no sólo en los ambientes de miseria y criminalidad, pero la que afecta a toda la población en forma de violencia callejera. Los versos hablan de “*muchas chicas en calles distantes (...) muchos niños corriendo por la lama de los mangues*”, o “*de tiro certero, como bala que tiene el olor de la sangre...*”

En algunas canciones, Chico Science & Nação Zumbi aluden a la violencia callejera utilizando un lenguaje poético y de connotación sociológica. Los versos afirman que esta violencia es consecuencia de la miseria y de las desigualdades, de los desajustes en las relaciones sociales entre diferentes clases existentes en la estratificación de la urbe, y de las deficiencias de la infraestructura física de la ciudad de Recife. Este es el escenario principal de las canciones más queridas del público: “Banditismo por uma questão de classe”, “Da lama ao caos”, “A Cidade” e “Rios, Pontes e Overdrives”.

Cuanto a las cuestiones ideológicas, se percibe una censura a “las personas que usan la ciudad en busca de salida” y a la explotación internacional que sofoca las ciudades del Tercer Mundo. Podemos encontrar ejemplos de esto enfoque en las canciones “A cidade”, “Corpo de lama” y “Manguetown”. En ellas los matices poéticos vuelven nítida la *propuesta ideológica*, su significado político, donde los marginados sociales exponen su deseo de liberarse de la tutela política, de obtener realización personal como única forma de lograr un espacio social, vía de transformación de una realidad perversa que se traduce de forma casi mística.

Entre los mensajes producidos en las canciones de la 2<sup>a</sup> Fase, los tres temas más recurrentes son los mismos, pero cambia la posición de las variables y el nivel porcentual de su importancia. Destacan los *problemas sociales* (22,38%) y los *aspectos ideológicos* (21,17%), que se equiparan proporcionalmente y asumen una postura de contestación presente en muchas de las letras analizadas.

Cabe resaltar que, sorprendentemente, las diferencias de enfoque entre los dos grupos de canciones son muy discretas. En las letras de Fred Zero 4 (Concorra a um carro) y de la banda Nação Zumbi, (canción Antromangue/Brasilia) la violencia está definida de forma subjetiva y se origina por la dominación más amplia del poder económico. Destaca la referencia a la dominación que sufren los ciudadanos comunes, principalmente los de las naciones menos desarrolladas, ocasionada por el contexto actual de globalización, originada por el liberalismo económico, representado por la presencia de categorías tales como la *industria cultural* y *los medios de comunicación de masas*. En las composiciones, la situación social de desigualdad económica está asociada, de forma más explícita, a esta dominación.

Debemos decir que en las primeras canciones, las críticas utilizan un lenguaje metafórico que revela de forma un tanto ambigua la intención de los autores de denunciar, sin sugerir cambios en la estructura formal de la sociedad. En algunas de las letras de la 2<sup>a</sup> Fase, se percibe que la protesta es más clara y que algunas de éstas podrían ser interpretadas como una invitación a la trasgresión del *status quo*. Sin embargo, aunque las letras *Manguebeat* en general destacan las heridas de la ciudad, no contienen una contestación frontal y no se asemejan a la rebeldía *punk* o a algún tipo de música brasileña, como la MPB de los años sesenta y setenta, época de la dictadura militar.

Las ideas *punks* representan la propuesta de ruptura de los mitos escatológicos de la cultura *pop*, no en el sentido de una propuesta político ideológica de construir un nuevo modelo de sociedad, pero en el de llevar a cabo una contestación hasta cierto punto *teatral*, que se expresaba a través del escándalo y de la violencia (YONNET, 1988). En este aspecto, no hay semejanza entre las dos visiones -la *mangue* y la *punk*- a no ser cuando las letras de la primera hablan de la marginalización como forma de violencia válida, en canciones cuyo tema es la violencia social y cotidiana común en las ciudades brasileñas.

Estas ideas contestatarias que denuncian las condiciones socioeconómicas de las clases populares en Pernambuco se confirman en el sentido político que los músicos *Manguebeat* exponen en sus entrevistas, (como podemos percibir en las opiniones de Fred Zero4 en las páginas 179 y 180 de este trabajo, en una entrevista concedida a la autora en 2000).

A diferencia de otras formas musicales juveniles nacionales, el sonido del *mangue* no tiene la intención de provocar discusiones o de incitar a la rebeldía, como hacen los *funkeiros* o los *rappers* que actúan en Rio de Janeiro y en São Paulo (HERSCHMANN, 1997). En los contenidos producidos por estas apropiaciones rítmicas, se observan elementos de la realidad carioca y paulista que por su complejidad inducen a formas evidentes de discriminación y contienen aspectos originales de la realidad del Centro-sur, distintos de las referencias usadas por los jóvenes de la región Nordeste (VIANNA, 1997).

Con relación a las variables *amor romántico* y *tecnología*, observamos que la primera no tiene prácticamente ninguna expresión entre los artistas pioneros (5,76%), más preocupados con lo social. Hacemos referencia a la canción “Risaflora”, que habla del *amor romántico*, en cuyos versos predominan también las referencias a la exaltación del contexto físico típico del litoral, en la descripción de escenas que tienen como tela de fondo las playas de Pernambuco. Además, las circunstancias que involucran a los personajes del drama romántico están narradas, metafóricamente, con el uso de símbolos culturales característicos. En cambio, en los textos de la nueva fase hay un 12,12% de presencia del tema romántico, con alusiones a categorías más relacionadas al hedonismo, a los amores transitorios, propios de una visión más posmoderna. En las canciones “La ursa”, de Sheik Tosado y “Meu esquema”, de Mundo Livre S.A, se puede observar la presencia de estos aspectos. En la segunda, Fred Zero4 habla de amor, comparando a la mujer amada con símbolos de su realidad, que nada tienen de románticos, pero que expresan que ella representa su propia realidad, incluso su sentido de pertenencia (su Nação) :

“Ella es mi *bloco* de carnaval, es mi evolución...  
Ella es mi concierto de *Rock'n roll*, mi *Nação*, <sup>121</sup>  
Mi afición gritando gol!  
*Galega*, intento describir lo que es estar junto a ti”

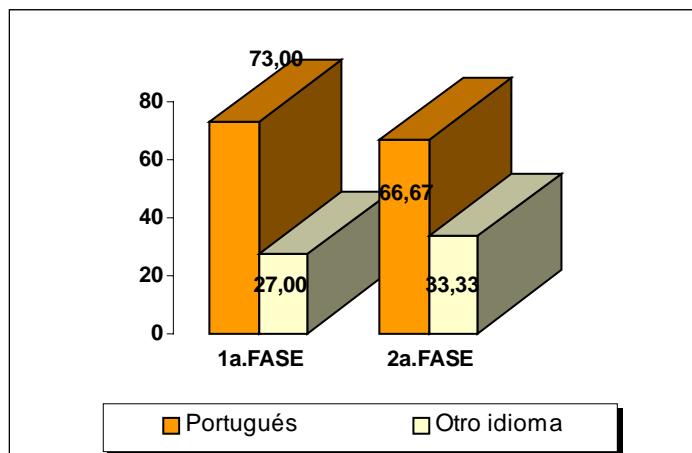
Los versos concluyen el tema con unas colocaciones muy machistas: “Ella es la más avanzada de las terapias / mi *Playcenter*”(que es un parque de diversiones!). Cuanto a la variable *tecnología*, la recurrencia es bien mayor en las composiciones de la 1<sup>a</sup> Fase (13,46 contra 9,09%). La presencia de la tecnología es significativa en estos porcentuales de las canciones y se presenta coherente debido a la intención del movimiento de modernizar la cultura popular pernambucana, proyectándola en la realidad globalizada en la que predominan los elementos tecnológicos. En los contenidos de la 1<sup>a</sup> Fase, figuras como la *parabólica clavada en la lama*, la convocatoria de los *mangueboys* para *antenarse* o la imagen de *unir el ordenador al arte* expone la aspiración de incluir a la ciudad en la posmodernidad. Esto se concreta en el simbolismo de la tecnología de la información, en la *cibercultura*.

---

<sup>121</sup> Nação es una denominación que indica origen, pertenencia, y está explicada en el Glosario. Galega es como denominan en el Nordeste a las personas rubias, que suponemos hace referencia a los emigrantes gallegos que se fueron a vivir a la región en el siglo XX

Hacemos una referencia a la opción Otros, que en la primera fase aparece con 11,53%. Entre estos temas recurrentes, se destaca la globalización (citado 3 veces), la sexualidad (citado 2 veces) y el uso de drogas (citado 1 vez).

**FIGURA 5 – REPRESENTACIÓN GRÁFICA DE LA TABLA 2: IDIOMAS PRESENTES EN LAS LETRAS**



Una de las restricciones más radicales que el movimiento *Manguebeat* recibe de las facciones tradicionales de la cultura pernambucana (vide Capítulo III) es la introducción en su lenguaje (letras de las canciones, apodos de los artistas o uso en la comunicación cotidiana) de palabras en inglés. Esta crítica condicionó la definición de una de las categorías de esta investigación, cuyos datos están representados en la Figura 5, y podrán esclarecer “las peculiaridades de cómo el *mangue* recrea los ingredientes idiosincrásicos de su cultura, cruzándolos con los globales sin hacer necesariamente *world music*, sino con los ritmos de Recife hacer una mezcla con el *pop*”, como deseaba Chico Science (GIRON, 1994:3). La investigación procuró distinguir la incidencia de vocablos en inglés, idioma cuyo uso destacado podría desvalorizar la propuesta *mangue* y hacer de las canciones meras copias “norteamericanas”, según la élite pernambucana.

La lectura de los contenidos reveló que la presencia en las letras de expresiones en lengua extranjera ocurría en general de forma discreta, en una y otra fase histórica de las canciones. En las de la generación pionera, la presencia es menor – sólo 30% – en inglés y en idiomas de origen africano como el Agó y el

Yorubá, heredados de los antepasados afros, origen muy prestigiada por los *mangueboys*. En las nuevas composiciones analizadas, esta presencia lingüística extranjera se acentúa, aunque permanezca la hegemonía de la lengua portuguesa, incluso en el lenguaje característicamente regional que prevalece.

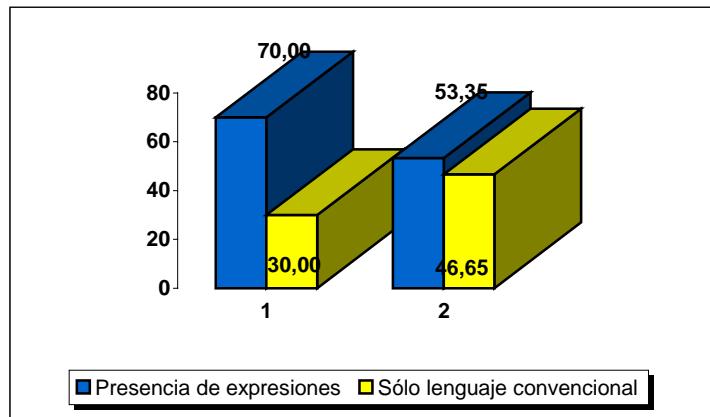
La presencia del inglés aparece generalmente en los *títulos* de las canciones analizadas y tienen significación relativa en el cuerpo de los discursos poéticos, como ya comentamos. Los textos contienen elementos del habla regional y la presencia de palabras y oraciones familiares para el habitante de Recife, que escuchó y utilizó en alguna ocasión.<sup>122</sup> Por ejemplo, en la canción “*Corpo de Lama*”, el uso de la palabra inglesa *soul* no tiene ninguna fuerza, pues se diluye en medio del recurso poético que utiliza el verbo de forma equivocada para imitar el lenguaje local popular: “esta rua de longe que tu vê (la forma correcta es tu ves) o esta calle que ves de lejos, es solo la imagen del *soul*”.

En “*Rios, pontes & overdrives*”, la palabra extranjera no es coherente con el contexto de la canción, y podría perfectamente haber sido substituida por una traducción, sin alterarle el sentido. Los demás casos son las palabras “*Manguetown*”, título de la canción que funciona como apodo de la ciudad de Recife, “ciudad de la lama” y *hip-hop*, que es como un nombre propio, referente al conocido movimiento cultural norteamericano, de característica rítmica bien definida, que no tiene traducción en portugués. Los datos de la Figura 5 revelan que la predominancia del portugués continúa en la 2<sup>a</sup> generación de autores *Manguebeat*, aunque la presencia de vocablos extranjeros en las letras es más incidente. En estos nuevos contenidos hay un gran número de palabras en inglés, en los títulos de las canciones e incluso en los apodos de los compositores, como los autores del grupo Nação Zumbi (Píxel, Dr.Charles Zambohead y Fortrex). Vocablos como *playcenter*, *playboy*, *noise*, *hardcore* son subsidiarios de una crítica o aparecen perfectamente encajados en un contexto (por ejemplo: *hardcore* indica un tipo de ritmo y no tiene una traducción en portugués).

---

<sup>122</sup> Sobre el lenguaje nordestino ver CARVALHO, Nelly de, Empréstimos lingüísticos, 1996 y SOUTO MAIOR, Mário, O dicionário do palavrão, 1986.

**FIGURA 6 – REPRESENTACIÓN GRÁFICA DE LA TABLA 2 –  
USOS DE EXPRESIONES POPULARES LOCALES**



La forma de expresarse del individuo del Nordeste brasileño difiere del modo de hablar de los habitantes de otras regiones, ya que todas tienen sus rasgos característicos. Éstas se revelan en el uso de expresiones características, en el empleo de transformaciones de palabras y en adaptaciones singulares de la gramática, que terminan por incorporarse al lenguaje cotidiano de todos sus habitantes, ya sean cultos o iletrados.

En la 1<sup>a</sup> Fase, la presencia de este lenguaje familiar se percibe en casi todas las letras examinadas (70,0%), principalmente cuando la poesía describe escenas del contexto local. Podemos suponer que los versos establecen una complicidad con las audiencias juveniles, que puede ser un factor de identificación positivo para los jóvenes adeptos. Las letras funcionan como cajas de resonancia de la forma de hablar y de comunicarse que practican en el cotidiano.

En las nuevas composiciones, que utilizan con mayor incidencia los vocablos en otros idiomas, el lenguaje se revela más formal. Sin embargo, el lenguaje popular, aunque sea menos utilizado, continua teniendo una fuerte presencia, posibilitando que la identificación de la juventud con la música *Manguebeat* se cristalice en las nuevas generaciones.

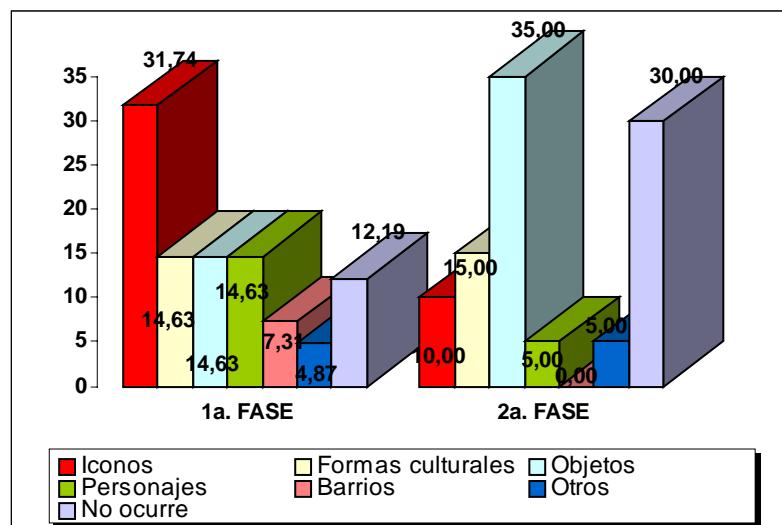
Según Nelly de Carvalho (1994), las expresiones idiomáticas son elementos simbólicos que revelan las características culturales de un contingente poblacional, pues el lenguaje guarda referencias con las prácticas y con las tradiciones orales. La juventud y el simbolismo de la música *Manguebeat*: valores y Postmodernidad

secularmente cristalizadas en el alma popular. Siguiendo esta perspectiva y considerando que el discurso *mangue* pretende reflejar un formato popular, mostramos a continuación unas expresiones que consideramos bien características del habla local del pueblo, para exemplificar los datos percibidos a través del análisis de contenidos realizado:

- “Não sou nem besta!”- significa “no soy tonto, no” y utiliza una forma peculiar de hacer la negación, muy común en el lenguaje de los habitantes de Recife (en “Cidadão do mundo”). También se puede ver en esta forma verbal: “Tu não sabe o que é isto não”, (No sabes lo que es esto, no”, en la que los dos elementos de negación conforman una afirmación. En esta última frase, la concordancia verbal ha sido desvirtuada y debido a la repetición a lo largo de los años, se ha hecho de uso corriente: en vez de decir “Tu sabes”, por vicio de lenguaje se dice “Tu sabe”(en “Risoflora”).
- Algunas formas orales se hacen tradicionales en el cotidiano, como: “Zé mané” (para llamar a alguien tonto), “dar bobeira” (facilitar algo, no dar atención a las cosas), “mamata” (en el sentido de facilidad), “Não estou prá conversa” (estoy aburrido, sin humor). En la última frase observamos la presencia de una sinopsis, muy común en las locuciones usuales, en las que se utiliza la preposición “prá” en lugar de “para” en la canción “Macó”).
- Las formas metafóricas enriquecen el lenguaje local y son adoptadas por las letras *mangue*: “tudo bem envenenado” (“todo muy movido”), “pegar carona” (autostop, cuando se utiliza el transporte de alguien; en este contexto, tiene el sentido de aprovechar la oportunidad o la confianza del otro). Algunas formas de comunicación oral también son comunes entre los recifenses, como por ejemplo: “deram no pé” (evadirse), “segurar o rojão” (soportar una situación mala), “barbada” (cosa fácil), “Estou de mão cheia” (estar bien), “Falar ao pé do ouvido” (susurrar). Todas estas expresiones son perlas del estilo típico de hablar de Recife. Suponemos que esto ayuda a que las audiencias juveniles del

*mangue* se identifiquen, como si se reflejaran en un espejo (las expresiones están en canciones como: “A cidade”, “Da lama ao caos”, “Macó”).

**FIGURA 7 – REPRESENTACIÓN GRÁFICA DE LA TABLA 3:  
PRESENCIA DE SÍMBOLOS CULTURALES**



Otro elemento que puede fortalecer la identificación juvenil recifense con su entorno, son las alusiones a los iconos de la tierra y a las manifestaciones populares que se encuentran en las canciones *mangue*. Tras la lectura de los textos percibimos que estos símbolos son utilizados de forma muy insistente y destacada, principalmente en las canciones de la primera fase. Destacan los iconos de la simbología física de la ciudad, que surgen en la utilización de metáforas o en la construcción de alegorías sobre la *tecnología* o el *amor*. Las categorías personajes, objetos culturales y formas de cultura (como las referencias al *frevo*, el ritmo emblemático de Recife o a manifestaciones culturales como el maracatu, la ciranda, el caboclinhos) tienen una presencia igual. Sólo el 12,19 % de las canciones no utilizan elementos culturales simbólicos.

En la creatividad de Chico Science, el simbolismo *mangue* se materializa en las referencias a los barrios de Recife, como en la canción ya citada “Rios, pontes e La juventud y el simbolismo de la música *Manguebeat*: valores y Postmodernidad

Overdrives”, título que hace alusión a aspectos que caracterizan la ciudad; o en “Maracatu de tiro certeiro”, que hace referencia a uno de los bailes y música más emblemáticos del folclore pernambucano.

Las referencias a los elementos físicos se presentan en construcciones metafóricas poéticas y fuertes, como la realidad del manglar que construye “impressionantes esculturas de lama” (impresionantes esculturas de lama”), la lama, “que come mocambos e no mocambo tem molambo”, (“la lama que come las chabolas y en la chabola hay trapos de gente); los animales que hacen parte de la biodiversidad del manglar, como los xiés, los cangrejos (*hombres-cangrejo*), los buitres: “com as asas dos urubus, voarei por toda a periferia”, (“con las alas de los buitres volaré por toda la periferia”). Estos elementos alegóricos están repetidamente incluidos en la poesía *Manguebeat*, para exponer la realidad miserable y dura de los excluidos de la ciudad formal.

En la 2<sup>a</sup> Fase encontramos un número elevado de canciones (30%) que no hacen uso de la simbología, un índice coherente con los temas más destacados por los jóvenes compositores, (vide la Figura 4), preocupados en denunciar los problemas sociales utilizando argumentos y figuras ideológicas. La categoría más destacada (objetos culturales) obtuvo un 35% en los textos. Hay que tener en cuenta que aunque el número de iconos culturales locales utilizado por los jóvenes compositores es reducido, no dejan de hacer referencia a los ritmos populares, recurriendo a los instrumentos musicales y a otros objetos más concretos que desstacan su cultura para expresar sus sentimientos.

Refiriéndose a los símbolos, Lévi-Strauss (1964:149) afirma que “son fichas de un juego de combinaciones que consiste en permutarlas según determinadas reglas, sin perder de vista los significados empíricos de los cuales, provisionalmente, ocupan el lugar”. Asociamos estos conceptos a la forma como se ha construido el sincretismo *Manguebeat*. Consideramos que las combinaciones que realizan, las formas como utilizan los elementos transnacionales y la presencia hegemónica de los elementos nativos presume la subordinación de los primeros, que son utilizados con la intención de dar prestigio a las manifestaciones populares, revistiéndolas de modernidad y logrando un renovado atractivo para la

juventud, que en el acto de vivirlas preservarán su continuidad. Es como Chico Science afirmó en algunas de las entrevistas publicadas en la prensa brasileña:

“Deseamos mezclar el *roquenrol*<sup>123</sup> con las influencias de la *música disco* de los años 70. Deseamos dar un *sample* a un *repentista*” (Folha de São Paulo, 1994:B7).

“Nosotros usamos camisa de *chita*, compramos ropas a los vendedores ambulantes y gafas llamativas, es decir, cosas que son representativas de nuestra cultura”<sup>124</sup>(Tribuna de Imprensa, 1994:3).

“Nuestra originalidad reside en trabajar con los ritmos regionales, tal como son, sin alterarlos, pero añadiéndoles otros instrumentos como tambores, cajas, *ganzás*, percusión.”(Jornal de Brasília, 1994:2).

En estas declaraciones, el artista demuestra que la propuesta *Manguebeat* mantiene la originalidad de las formas culturales. No intenta cambiar los elementos intrínsecos que les dan una fisonomía peculiar, como los ritmos, la forma de cantar (*la embolada*), los instrumentos de percusión característicos primitivos y la temática de canciones, centradas en la historia y en el contexto real en el que nacen.

## 5.2. LOS VALORES EN LA POESÍA MANGUEBEAT

Algunos autores, entre ellos Anthony Giddens (1997), conceptúan los valores como metas que los individuos establecen para conducir sus acciones sociales e individuales. Son directrices personales que se forman inicialmente en la “memoria colectiva”, que involucran rituales definidos por la Tradición, y a su vez está relacionada a la “noción formular de verdad”, que tiene una fuerza que combina contenido moral y emocional (GIDDENS, 1997:81).

Hablar de *tradición* en un momento histórico que niega el pasado como fuente de prácticas que no se ajustan a los nuevos tiempos de cambios veloces, como los que caracterizan a las sociedades de la información y de la tecnología, está a la orden del día en las sociedades que se pautan por los valores occidentales. M.

---

<sup>123</sup> Una forma de aportuguesar el vocablo *Rock'n'roll*.

Halbwachs (1992)<sup>125</sup> alerta que, incluso cuando el pasado no es considerado importante, está siendo continuamente reconstruido, utilizando el presente como base. Desde este punto de vista, “el pasado no se desmorona, solo se desvanece en la apariencia”, ya que continúa a existir en el inconsciente colectivo.

Basándonos en la perspectiva teórico conceptual que explicamos en el Capítulo III, analizamos los textos de las canciones *mangue* procurando establecer qué valores estaban contenidos en ellos, principalmente las opciones de la matriz *Innovadora*, que definimos como prioridades axiológicas propias de la visión *Manguebeat* de la vida. Esta visión estaría relacionada con las ideas expuestas por las subculturas juveniles, que en las décadas de los sesenta hasta llegar a los ochenta originaron movimientos contestatarios liderados por los jóvenes, como los *hippies* y los *punks*.

En las lecturas de estos textos procuramos identificar los valores presentes, interpretándolos a partir de la definición establecida sobre sus significados. Se interpretan las expresiones discursivas de las canciones teniendo como referencia el contexto real circundante, a través de la relación que exponen los textos de alegorías y metáforas que remiten a aspectos sociales, políticos y tradicionales de la realidad de los compositores. Relacionamos los valores de los textos en cada fase y después realizamos una suma de estos porcentuales. Con esta operación pretendemos obtener un resultado total de cada valor, con el que se pudiera realizar un comparativo entre los valores más destacados en los textos y los de la jerarquía axiológica de los jóvenes encuestados, investigación que describimos en el Capítulo IV. El objetivo de cotejar las opciones de las dos fases distintas en que clasificamos las canciones era el de evaluar si hubo cambios significativos en el patrón simbólico, en el espacio de cerca de diez años de la trayectoria del movimiento *Manguebeat*. Este patrón de elementos valorativos simbólicos, de acuerdo con la hipótesis construida, se divulga a través de la música y causa impactos entre su audiencia.

---

<sup>124</sup> “Ropa de chita” es una expresión utilizada para denominar una ropa barata, usada por las clases populares que viven en la periferia de las ciudades brasileñas. En la tentativa de imitar el figurín exhibido por las clases dominantes, la gente usa aderezos extravagantes, como las gafas de sol.

<sup>125</sup> M. Halbwachs (1992) está citado en *A vida em uma sociedade pós-industrial*, de GIDDENS, BECK Y LASH, 1997, (72-133).

Si verificamos los valores correspondientes a las opciones en cada una de las fases, percibimos que se han mantenido a lo largo de estos años, aunque algunos se destaque más entre los textos poéticos de la nueva generación. Veamos los valores de cada fase, cuya clasificación puede ser localizada en la tabla y en la representación gráfica de la Figura 8, a continuación:

**FIGURA 8 - VALORES DE LAS CANCIONES,  
POR FASES Y POR TOTALES**

VALORES	1a.Fase	2a Fase	Total
Localismo	13,3	20.0	<b>33.3</b>
Libertad ilimitada	16.6	12.5	<b>29.1</b>
Disfrute de la vida	11.6	15.0	<b>26.6</b>
Compañerismo	18.8	5.0	<b>23.8</b>
Apertura al nuevo	10.0	10.0	<b>20.0</b>
Importancia de la esencia	3.3	15.0	<b>18.3</b>
Transitoriedad	8.3	8.0	<b>16.3</b>
Fidelidad	6.6	7.5	<b>14.1</b>
Vivir al día	3.3	7.0	<b>10.3</b>
Superficialidad	5.0	0.0	<b>5.0</b>
Idealismo profesional	1.6	0.0	<b>1.6</b>
Immediatez	1.6	0.0	<b>1.6</b>
<b>TOTAL</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>

De cada una de las fases destacamos los valores que revelaron mayor presencia:

1<sup>a</sup>. Fase: **Compañerismo** (18,8%), **Libertad ilimitada** (16,6%), **Localismo** (13,3%), **Disfrutar de la vida** (11,6%), **Apertura al nuevo** (10,0%) y **Transitoriedad** (8,3%).

2<sup>a</sup>. Fase: **Localismo** (20,0%), **Importancia de la esencia** (15,0%), **Disfrutar de la vida** (15,0%), **Libertad ilimitada** (12,5%) **Apertura al nuevo** (10,0%) y **Transitoriedad** (8,0%).

En un primer momento podemos observar un dato que carece de una reflexión especial. Se trata del valor **Compañerismo**, el más destacado en la primera fase y que desaparece entre los más destacados en el contexto del segundo grupo de canciones. Este valor tiene una representatividad para la propia esencia

de las ideas *mangue*, como se deduce en las opiniones de los artistas, principalmente de Chico Science, que de forma recurrente hacia hincapié en la *brodagem*. Esta solidaridad unía a los jóvenes artistas a comienzos de los años noventa, que vencían barreras institucionales y sociales para divulgar sus ideas y estar presentes en el escenario cultural local.

Citamos un trecho de una entrevista de Chico Science, de entre otras muchas registradas en la bibliografía presentada, para confirmar las percepciones que los números han originado sobre el valor **Compañerismo**. Hablando sobre el grupo Sepultura, el grupo musical brasileño *pop* más conocido internacionalmente, el artista revela la *brodagem*: “Ellos captaron lo que nosotros sentimos. Por lo menos nosotros ya no estamos solos. Hay otras personas pensando igual y esto fortalece cada vez más nuestras ideas”. El trabajo realizado por el grupo Chico Science & Nação Zumbi también enfatiza el trabajo colectivo: “El disco (*Afrociberdelia*) está más maduro porque tuvo la colaboración de todos, todos juntos y unidos” (TELES, 1997:22).

Otro valor muy destacado entre los textos pioneros y que también pierde importancia en un 4,1% es **Libertad ilimitada**, que pasa del segundo al cuarto lugar en importancia en la nueva fase. En cambio, observamos que el valor **Localismo** pasa a ser más valorado y substituye el valor **Compañerismo** en el primer nivel, lo que configura un nuevo perfil para la mentalidad *mangue*. El cambio puede deberse a la presencia destacada del valor Importancia de la esencia, evidenciada en los textos de las nuevas composiciones. Este valor representa la visión desapegada de las cosas materiales, de sentido *ecológico*, y que parece constituir una faceta de las nuevas ideas del movimiento. Los valores **Disfrutar de la vida, Apertura al nuevo y Transitoriedad** permanecen presentes en importancia en las canciones más recientes, curiosamente con el mismo peso porcentual que tenían en las primeras canciones.

Para efecto de análisis, computamos numéricamente los valores percibidos en las canciones también en su totalidad para obtener una visión más amplia de cómo se componen en importancia relativa. La Figura 8, en la página anterior, expone estas relaciones. Sin embargo, los valores que están entre los más recurrentes en ambos textos, pasan a ser los más rechazados en la fase

**Compañerismo**, con total presencia en los textos de las canciones pioneras (junto con **Libertad Ilimitada**) e Importancia de la esencia, segundo en importancia para las canciones de la nueva generación. Esta dualidad de aceptación hace que estos valores pierdan la importancia general por los bajos niveles de significación en las letras de una de las fases consideradas: **Importancia de la esencia** apareció sólo un 3,3% en las de la 1<sup>a</sup> Fase y **Compañerismo** revela una discreta presencia de un 5,0 % en las letras de la 2<sup>a</sup> Fase.

Registraremos la presencia del valor **Compañerismo** en versos como: “Deseo andar por las calles de Brasil, andar con mis amigos de electricidad, andar con las chicas sin ser incomodado”, de la canción “Um passo no Mundo Livre”, en la que Chico Science y Fred Zero4 describen a los jóvenes que forman un grupo, una comunidad y ante la posibilidad de una amenaza, dice: “Voy a juntar a mi nación”, una alegoría de cómo los negros esclavos se identificaban entre sus iguales durante las peleas.<sup>126</sup> La expresión *mangueboys*, indica personas que hacen parte de un grupo específico que se identifica como una *tribu del mangue*. Los jóvenes habitantes de la periferia de Recife son comparados con los cangrejos (hombres-cangrejos) “preocupados en *antenar* <sup>127</sup> buenas vibraciones, *antenar* buenas diversiones” (de la canción “Antene-se”).

El valor **Libertad ilimitada**, que es el segundo en importancia, asume dos sentidos en los versos: la de liberación que expresa una connotación colectiva y la de libertad asociada a posturas individualistas, representadas por actitudes sin compromiso de los compositores ante la industria cultural. Algunas letras tienen una visión política que revelan la aspiración del pueblo de libertarse de su condición social y económica de desventaja, y de obtener espacio público y derechos de ciudadanía iguales a los de las clases más afortunadas. Esta contestación legítima está asociada a las conductas antisociales del “*lumpem proletariado*” que utiliza la violencia justificada en algunos de los versos como una forma de lucha.

---

<sup>126</sup> Nación, en portugués Nação, es como los negros esclavos llamaban a su gente y afirmaban así su identidad como parte de un grupo que no era esclavo y que tenía sus raíces en África.

<sup>127</sup> *Antenar* es un silogismo en la lengua portuguesa y significa estar atento a las cosas nuevas. Como la antena es un aparato de los medios audiovisuales de comunicación (de la radio, de la televisión) *antear-se* significa captar informaciones.

Una primera forma de contestación está expresada en la canción “Computadores fazem arte” que satiriza la relación de los artistas con la industria cultural que supervaloriza la tecnología y la impone en las producciones: “computadores hacen arte, artistas hacen dinero”...

La veracidad de esta percepción en los textos se confirma en las ideas que los autores *mangue* exponen en entrevistas concedidas a periódicos o en los textos publicitarios de los discos compactos, en los que la libertad es un tema muy recurrente. La bandera de la libertad personal, de no someterse a las exigencias de la industria discográfica, por ejemplo, de tener libertad para expresar sus ideas y denuncias son temas defendidos por los autores. Este sentimiento se expone claramente en algunos comentarios de Chico Science:

“En Brasil generalmente se masifica todo en la música. Los medios de comunicación hacen que se masifique. Tenemos un *pensamiento independiente*. Pero tú no puedes correr riesgos, ya que no puedes impedir que ocurra” (A Tarde, 1994:3).

“Los artistas tienen que saber relacionarse con la prensa, para no convertirse en un producto masificado. Tienen que saber salir de esto, haciendo lo que quieren en el medio de todo lo que ellos (los periodistas) quieren” (Revista Brasilian Music, 1999).

Otra forma de **Libertad ilimitada** que algunas de las canciones sugieren, hacen alusión al uso de drogas, que son justificadas en un tono apologético por la situación social de desventaja de los personajes. El uso de drogas está retratado en ambientes de marginación, de subversión de las normas, cuya ruptura se establece como una resistencia a la dominación social. El uso de marihuana, muy común entre la juventud brasileña, está relacionado a conductas de marginales, como en “Banditismo por uma questão de classe”, o asociadas a acciones menos antisociales.

El tema de la violencia está muy presente en las composiciones *pop*, especialmente en grupos musicales *funk* y *rap*, porque está presente en su cotidiano. Es muy común en los video clips de música *pop* la exposición de actitudes transgresoras que traducen las letras de las canciones. Un estudio de video clips, realizado en 1998, revela imágenes que confirman esta tendencia:

“También se puede decir que las actitudes individualistas-narcisistas y socialmente inadecuadas predominan en las imágenes que revelan interacción social sin conflictos (...) alusiones al consumo de drogas y al sexo como sustentación de la estabilidad emocional son manifiestas, aunque a veces aparezcan de modo simbólico y velado. En algunos casos pretenden ser una sugerencia y aparecen como una actitud frontal”(MARKMAN, 1998:215-216).

En las letras de la 2<sup>a</sup> Fase de las composiciones *mangue*, este apelo de libertad está reforzado, pero el concepto de Libertad se amplía, asumiendo un carácter más anárquico que sugiere la necesidad de liberarse de la dominación ideológica y económica global, que asume un aspecto cultural. El desprestigio del ritmo brasileño en favor de otras formas musicales nuevas más comerciales – “mandaron arrancar las tripas de la samba”- (que tiene la significación de agresión) en la canción “Arrancando as tripas”, de la nueva fase de Nação Zumbi, es un ejemplo de esta postura. Otras canciones hacen alusión a la hibridación cultural y revelan una posición contraria a ella, cuando es negativa para las manifestaciones culturales nacionales, por el desprestigio social de lo étnico en los medios de masas, como el tema de la libertad para las minorías, en siguiente verso: “Las referencias raciales son solo fotos publicadas en los periódicos”, en la canción “Toda casa tem um pouco de África”, de la banda Sheik Tosado.

En la canción “Concorra a um carro”, Fred Zero4 expresa con sarcasmo su desprecio por la sociedad de consumo: “Lidere o desaparezca/ venza o muera/en el submundo del consumo/no hay lugar para escrúpulos”. Esta tendencia es recurrente en las composiciones más actuales y las ilustramos con una cita que sacamos de un texto paralelo, (que no pertenece a la muestra estudiada) producido por Fred Zero4, uno de los compositores, que ilustra bien el pensamiento político-ideológico *mangue* que está presente en las canciones.

En el material escrito que compone el último disco compacto de Mundo Livre S.A. (Por pouco), hay una crítica contundente contra la dominación capitalista, la globalización, que produce y amplía la discriminación social y cultural en vigor en los países ricos contra los inmigrantes de las áreas más pobres. Citando a sus ídolos “Noam Chomsky y el Subcomandante Marcos”, Fred Zero4 se posiciona

contra lo que denomina “un nuevo muro” que aparta a los mexicanos de los norteamericanos, con el cierre de las fronteras que limitan el Tercer Mundo (Méjico) del “supuesto Mundo Libre (los EE.UU.).

El valor Localismo, que representa el orgullo de pertenecer a una ciudad, aparece en tercera posición en la primera fase como valor más importante, antes del valor Abertura a lo nuevo, lo que conforma una aparente contradicción: por un lado abrirse a lo nuevo, a la modernidad, admitir la globalización, la convivencia con la diversidad que aporta la ampliación de las mentalidades, por la convivencia con otras culturas, otras formas de hacer y de pensar. En contraste, el realce de lo local y su insistente preservación puede ser interpretado como un sentimiento provinciano que no es sinónimo de una forma abierta de ver la vida.

La intención de exaltar la cultura de Recife, revelando la importancia de la ciudad para el resto del país y del mundo, es otra de las pretensiones declaradas por los autores *mangue*, <sup>128</sup> principalmente por Chico Science, en casi todas las entrevistas que concedió a los periódicos y a las revistas de música.

Otro valor que ocupa un lugar destacado en los textos es **Transitoriedad** y su importancia puede ser considerada como un síntoma de la condición actual de incertidumbre que ronda al individuo posmoderno. Con la llegada del nuevo siglo, este valor se expresa en la juventud por una personalidad cambiante, que mira todo como algo superficial y transitorio. Hasta las cosas consideradas permanentes en el ideario de la Modernidad, como las relaciones emocionales, los valores tradicionales y los amores, son efímeros. Como sostiene Eric Hobsbawm (1995) “El breve siglo XX finalizó sin problemas, para los cuales nadie tiene solución. Mientras reconocimos el camino para el Tercer Milenio en medio de un ambiente oscuro que nos cercaba, los ciudadanos del fin de siglo solo sabían con certeza que terminaba una era de la historia. Y esto era muy poco” (HOBSBAWM, 1995: 56).

La respuesta a la fluctuación de los tiempos actuales, que continúa a reproducir las inseguridades del pasado, se revela en la gran importancia atribuida al valor Importancia de la esencia, que también se encuentra destacado en las letras analizadas. Entre estos textos, señalamos los de la canción “Ligaçāo direta”,

---

<sup>128</sup> Ver las referencias bibliográficas de artículos de periódicos y revistas en Bibliografía.

como modelo contundente de esta forma de mirar la vida, valorando las cosas sencillas. En uno de los versos de la canción, Fred Zero4 reafirma que el individuo sólo necesita lo esencial para ser feliz: “Deseo que tú veas más de lo que los ojos pueden ver”

Si tú tienes cabeza, tronco y miembros tienes todo  
Todo tú puedes alcanzar  
Pues nací con dos piernas / cabeza, tronco y miembro  
Para llegar hasta ti”.

Creemos que es significativo registrar cómo los valores *mangue* se revelan en la suma total de los contenidos observados, es decir, al considerar la muestra de las letras como un todo, que representan las intenciones y las ideas nuevas de una generación que vivió (y aún vive) la transición entre milenarios, y que convive con cambios acelerados en todas las direcciones.

Observando de nuevo la Figura 8, los valores que más se destacan como un todo, son:

- **Localismo** – que tiene coherencia con la propuesta inicial del movimiento de rescatar la cultura local, creando una escena de artistas autóctonos y una nueva música que proyectara otra vez la cultura pernambucana hacia el país y el mundo.
- **Libertad ilimitada** – la libertad está considerada como un valor indispensable al propio sentido de humanidad de cada individuo. La miseria, la falta de oportunidad social o la explotación son componentes de la sociedad local que se alinean con los problemas físicos de la ciudad de Recife, exaltada y denunciada por las canciones.
- **Disfrutar de la vida** – en el escenario en que se producen las canciones *mangue*, en un final de siglo e inicio de uno nuevo que asiste a la ruptura de un viejo orden de valores que redefinen nuevos patrones para las relaciones sociales, para la presencia de contingentes sociales excluidos que asumen una nueva dimensión en la sociedad. La ruptura de barreras se extiende a las conductas sexuales que coincide con la afirmación pública de las mujeres, los homosexuales y los jóvenes, que pasan a tener una presencia pública. La liberación del *Yo* induce a las posturas hedonistas, disfrutar del placer en todos los sentidos. Las ideas *mangue*, alineadas con los cambios,

interpretan los anhelos de la generación juvenil y los exponen en sus canciones.

- **Compañerismo** – aunque las nuevas canciones resalten otros valores, el peso con que este valor se destaca en las primeras letras hace que esta opción permanezca entre las que reflejan la mentalidad *mangue*.
- **Apertura al nuevo** – es uno de los valores alineados con la posmodernidad, ideas perseguidas por el *mangue*, en su pretensión de abrirse a lo transcultural, a lo más moderno de la contemporaneidad. Este valor mantiene su representatividad a lo largo de la muestra analizada y su importancia garantiza que los músicos continúen descubriendo nuevas formas de musicalidad y nuevas mezclas.
- **Importancia de la esencia** – este es el valor que representa con más pertinencia la visión ecológica y desapegada del ser humano posmoderno, materializada en las ideas *hippies*, el pacifismo y el desprecio por la competencia que la búsqueda del éxito determina. Es el saber vivir las cosas sencillas, destacar la esencia de las cosas y de las personas. Esto puede percibirse en la denuncia recurrente que las letras de las canciones hacen de la sociedad de consumo, de la competencia que desagrega las relaciones interpersonales, iniciado con las canciones de Chico Science (“A cidade”, “Manguetown” y muchas otras), y composiciones de Fred Zero4 (“Batedores”, “Concorra a um carro”) y de Fabinho Trumer (“Quando a maré encher”), todas ellas de la muestra analizada.

### **5.3. ANÁLISIS DE LOS TEXTOS MANGUEBEAT**

En la interpretación que realizaremos a continuación, vamos a tratar el texto como una estructura de sentidos, sin la preocupación de verlo como un discurso, en su concepto clásico, lo que haría necesario el uso de metodología adecuada. Sin embargo, la interpretación que queremos hacer de los textos de las canciones, no tiene la intención de realizar un análisis lingüístico, ni tampoco un estudio semiótico o discursivo dentro de los moldes del análisis del discurso clásico. Nuestro compromiso en esta operación analítica es el de comprender los sentidos de las letras, relacionándolos a un contexto cultural de peculiaridades muy específicas, clarificando las informaciones que están contenidas en los significados no percibidos con la lectura cuantitativa de sus contenidos. También consideramos La juventud y el simbolismo de la música *Manguebeat*: valores y Postmodernidad

que la significación global de un texto, es decir, la información que contiene, es superior a la de las frases que lo componen, algunas de las cuales utilizamos para ilustrar los datos recurrentes.

Las composiciones de la 1<sup>a</sup> Fase: “Río, puentes & overdrives”, “Banditismo por uma questão de classe” y “Um passo do mundo livre”, y de la 2<sup>a</sup> fase: “O mistério do samba”, “Concorra a um carro” y “Toda casa tem um pouco de África”, hacen parte de la reducida muestra escogida para la interpretación.

### **1<sup>a</sup>. Canción: RÍOS, PUENTES & OVERDRIVES”**

(Chico Science e Zero Quatro)

1. Porque en el río ha pato comiendo lama
2. Ríos, puentes y *overdrives* - impresionantes esculturas de lama
3. Mangue, Mangue, Mangue, Mangue,
4. La lama come chabola y en la chabola vive un trapo (molambo)
5. El trapo voló, cayó en el asfalto  
Bajo al sol del medio-día
6. El coche pasó por arriba y el trapo quedase allá
7. Molambo yo, molambo tu, molambo yo, molambo tu,
8. Es Macaxeira, Imbiribeira, Buen Pastor, es el Ibura, Ipsep, Torreão, Casa Amarilla, Buen Viaje Genipapo, Bonifácio, Santo Amaro, Madalena, Buena Vista
9. Dos Hermanos, es el Muelle del Puerto, es Caxangá,
10. Es Brasilit, Beberibe, CDU, Capibaribe y el Centro
11. Ríos, puentes & overdrives - impresionantes esculturas de lama
12. Mangue, Mangue, Mangue, Mangue,
13. 14. Y la lama cubre la chabola y en la chabola (mocambo) ha un trapo (molambo)

### 15. El trapo voló, cayó en el asfalto

- en el sol del medio-día  
16. El coche pasó por arriba y el  
trapo quedase allá  
17. Trapo yo, trapo tu (Molambo eu,  
molambo tu)  
18. Trapo, un buen trozo de tejido  
para coserse mentira  
19. Trapo, un buen trozo de tejido  
para coserse miseria.

En las cuatro primeras frases están condensadas las situaciones y el contexto en el que se desarrolla el guión: la situación de miseria de los habitantes de los manglares de Recife, que viven en las chabolas enterradas en la lama. Los humanos no son los únicos que pasan hambre, hasta los patos también “comen lama”. El texto continúa a colocar el sentido, en la segunda parte: el habitante del mangue fue atropellado y muerto, y permanece en el asfalto caliente del mediodía, lo que configura una situación de abandono, de desprecio social que le acompaña hasta la muerte.

En la ciudad convive una dicotomía representada por los barrios populares y los barrios de gente rica. Estos sectores de la ciudad tienen nombres curiosos como *Casa Amarela*, *Genipapo*, *Macaxeira*, que abrigan problemas sociales de toda orden, y los barrios más nobles, como *Boa Viagem*, y *Dois Irmãos*, que se mezclan en los versos indicando que todos son parte de la ciudad donde la lama está presente. La miseria social, presente en todos los ambientes de Recife, configurando las zonas de miseria y de exclusión social que conviven con la opulencia y la calidad de vida semejante a la de los ambientes desarrollados, está definida metafóricamente en las canciones.

La expresión *trapos inertes* hace alusión a la actitud de desanimo que el pobre asume, ante una vida sin esperanza, pero, también quiere indicar la pasividad de la clase media ante la miseria social, que por su amplitud se vuelve banal en el cotidiano y no sensibiliza a la población con mejor condición de vida. La denuncia se realiza con la figura del trapo humano que es atropellado y se queda en el asfalto, sin importar ni llamar la atención de nadie. Los versos afirman que todos los habitantes de la ciudad, tanto los pobres -los peatones que sucumben al caótico

tránsito urbano-, los ricos -que conducen los coches de lujo- como la clase media -que asiste a la proliferación de la miseria y de las injusticias sociales con actitud conformista-, son todos un trapo inerte. “Molambo yo, molambo tu”.

Los últimos versos exponen la conclusión del texto, explicando que los pobres son los trapos sin voz ni poder político, y que son usados por los políticos para llegar al poder. Son manipulados a través de mentiras y de promesas electorales sin consecuencias, que no cambian su injusta condición de vida. El título, al utilizar un vocablo en inglés (*overdrives*), escandalizó a los intelectuales de visión conservadora, que se creen defensores de las tradiciones populares locales, como comentamos anteriormente. En el contexto, esta palabra en inglés se percibe como un elemento inexpresivo, sin relevancia en el texto ante tantas referencias a la realidad física y social, evocación apasionada a la ciudad.

Estas citas sobre las características urbanas expresan el valor Localismo, definido como el uso de expresiones que hablan de la ciudad de Recife, de sus símbolos, personajes y gente, de forma elogiosa o describiendo sus miserias. Las palabras *lama* y *mangue* se conjugan lógicamente con la expresión *esculturas de lama*, analogía de los *hombres cangrejos* a la que se refería Josué de Castro (1965) en su metáfora del mangue, descrita en el Capítulo III. Los habitantes que construyen sus chabolas sobre la lama del mangue sobreviven comiendo los abundantes crustáceos de este ambiente físico-biológico: cangrejos, *xiés*, *aratus* y otras especies. Cuando consiguen retirar los animales del manglar están completamente sucios y parecen esculturas hechas de lama. Son símbolos de Recife, en la perspectiva poética de los autores, así como los ríos, los puentes y el mangue.

Debemos hacer referencia al estilo del lenguaje textual que utiliza metáforas para hacer sus referencias al contexto social y político en el que nacen los significados: “La lama como chabola”; “El trapo voló”, “esculturas de lama”. El lenguaje es usual, correcto, y la narración se hace con frases cortas y repetitivas, lo que confiere un ritmo a los versos que son cantados de forma rápida, como si estuvieran hablando y no cantando. Esta forma de expresión musical utilizada por

Chico Science es una marca registrada de su música y es una clara alusión a un tipo de canto popular -la embolada o repente- en el que los versos son más importantes que la melodía.

## **2ª. Canción: BANDITISMO POR UNA QUESTIÓN DE CLASE**

(Chico Science y Nação Zumbi)

- 1.Ha un tiempo atrás se hablaba de bandido
- 2.Ha un tiempo atrás se hablaba en solución
- 3.Ha un tiempo atrás se hablaba en progreso
- 4.Ha un tiempo atrás que yo miraba la televisión
- 5.*Galeguinho do Coque* no tenía miedo, no tenía
- 6.No tenía miedo de la perna Cabelluda
- 7.*Biu do Olho Verde* hacía sexo, hacía sexo con su alicate
- 8.Oi sube el morro, ladera, río, beco, chabola
- 9.La policía atrás de ellos y ellos en su rabo.
- 10.Ocurre hoy, ocurría en las plagas interiores de Nordeste cuando un bando de “micos” (policías) acosaba Lampião
- 11.Lo que él hablaba, otros aún hablan hoy
- 12.“Yo llevo coraje, dinero y bala”
- 13.En cada morro una historia diferente que la policía mata gente inocente
- 14.Y los que eran inocentes ya hoy están bandidos para poder comer un trozo de pan *jodido*
15. Criminalidad por pura maldad, criminalidad por necesidad
- 16.Criminalidad por una cuestión de clase!

El tema que destaca en la canción es el de la violencia callejera, actualmente muy diseminada en las grandes ciudades brasileñas. Su título sugiere veleidad de expresión sociológica, que parece ser el carácter principal que el autor intenta

conferir a sus significados. En la letra están presentes símbolos y expresiones típicas locales, como las referencias a criminales famosos de Recife (“*Galeguinho do Coque*”, *Perna Cabeluda*”) cuyos crímenes fueron divulgados insistentemente por la prensa. Hay referencias simbólicas al ambiente físico de la ciudad, lleno de laderas, de calles estrechas ubicadas en las chabolas, en los montes y en las orillas de los ríos, ambientes en los que viven los pobres.

La primera parte del texto introduce el tema y afirma que la violencia urbana que apareció con el progreso es discutida por las autoridades estatales sin conseguir resolverla, y que la excesiva tematización de la televisión sobre el tema, se ha vuelto banal para la sociedad. En la segunda parte describe la violencia y la persecución policial de los criminales, que es la población que viven en los cerros y que se enfrenta a la policía con la misma truculencia.

Hay una asociación entre los criminales urbanos de hoy y la célebre figura de *Lampião*, un bandolero que comandaba un grupo de salteadores en las tierras del interior del Nordeste, que solía robar en las haciendas de la región. El grupo fue desarticulado por la policía en los años veinte, y su cabeza, junto con la de *Maria Bonita*, su compañera, permanece expuesta hasta hoy en el museo de un pequeño pueblo de Bahía. Su figura de antihéroe ha sido novelada a través de la literatura popular de cordel y sus acciones confundidas con las de un héroe, un tipo de *Robin Hood* caboclo, pues al igual que la leyenda, el héroe inglés desafiaba el poder institucional y los poderosos.

La simpatía de los autores por las actitudes sediciosas, como reflejo de las injusticias sociales, puede observarse en la visión *anarco-punk* de la formación ideológica, tanto en la de Fred Zero4 como la del propio Chico Science. Los versos hablan de las acciones rebeldes de los marginales de los sectores populares, considerados antihéroes por la sociedad, que son justificadas por la situación social generada por la clase dominante, que es la causa de la miseria del pueblo que vive una existencia desgraciada. Los habitantes de las chabolas, víctimas inocentes o criminales son el blanco de la arbitrariedad y de la represión policial, como se expone en los versos 13 y 14.

La letra concluye los sentidos que desea transmitir destacando la criminalidad social (“*por necessidade*”), causada por la pobreza, y la criminalidad institucional (“*por pura maldade*”), representada por la represión policial, la represión legal que algunas veces mata indiscriminadamente inocentes y bandidos, todos individuos sin ciudadanía, los desposeídos. Esta misma forma de control nunca se acciona contra los ricos, que practican sus crímenes con impunidad, y en la letra suena a censura, como si fuera una observación sociológica (“*bandidismo, por una cuestión de clase*”), que recurre a las teorías de la estratificación y de la desigualdad social.

La crítica social que hacen los autores, usando los sonidos del *maracatu rural* con su batida tradicional, producida por los tambores y mezclados con los sonidos de las guitarras eléctricas, constituye una denuncia pues de alguna forma exenta de culpa el *lumpem* por sus actos criminales. En este aspecto, podemos decir que los versos son una preposición anárquica – el pobre contra el Sistema- el rechazo de las normas sociales y la negación de la legitimidad de las instituciones, representadas por la Policía.

En esta canción está presente el valor Libertad Ilimitada, representado en las conductas de ruptura de las normas sociales, una libertad en la que el individuo se siente permanentemente amenazado, pero en la que tiene el coraje de tomar sus propias decisiones. Aunque en el sentido del texto, la criminalidad no es una elección, sino una imposición debido a sus condiciones sociales, la expresión atribuida a Lampião (“¡Yo llevo coraje, dinero y bala!”) suena como un desafío a todo la sociedad.

### **3ª. Canción: UN PASO DEL MUNDO LIBRE** (Chico Science y Fred Zero4)

1. Un paso a frente  
Y no estás más en el mismo lugar
2. Deseo andar en las calles de Peixinhos
3. Andando por Brasil  
O en otra ciudad cualquiera
4. Andando por el mundo
5. Sin que haya “sociedad”
6. Andando con mis amigos de electricidad
7. Andando con las chicas  
Sin ser incomodado

- 8.Yo solo deseo andar en las calles de Brasil
- 9.Andando en el mundo libre,
- 10.Sin que haya “sociedad”
- 11.Andando en el mundo de todas las ciudades
- 12.Andando con mis amigos Sin ser incomodado
- 13.Andando con las chicas de electricidad

La canción se inicia revelando en sus primeros versos la sugerencia de mirar la vida como algo efímero que debe ser vivida en lo aquí y lo ahora, construyendo la relación tiempo y espacio en realidades socialmente desniveladas, reunidas en un espacio único: el mundo libre sin “sociedad”.

Los versos de 3 a 5, expresan una generalización al afirmar en sus sentidos, que tanto el “mundo libre”, cosmopolita (el global, el moderno), como el barrio recifense de Peixinhos (el local, el tradicional) tienen la misma importancia. Global e Local funden como objetos de un mismo universo, en cuya unión se prescinde de la presencia del sistema, el elemento formal que relaciona el prestigio de las cosas y de las personas a partir de criterios que no son compatibles con la esencia de ellas, más con su mera apariencia. Los versos 7 y 8 indican que la aspiración de los jóvenes de las clases subalternas en Brasil es no ser reconocidos socialmente y de obtener confiere espacio público como ciudadanos.

También se exalta un valor muypreciado por la juventud de todas las culturas: la Libertad. El deseo de ser libre es el elemento resaltado por los versos, y asume una connotación diferente de la que se nota en la canción “Banditismo por uma questão de classe”. El deseo es de vivir sin opresión de normas sociales tradicionales, de cultivar las diferencias, de convivir con personas de todos los sitios (la globalización, en una perspectiva contemporánea es un factor que posibilita esa proximidad de personas de todas las nacionalidades). La idea es característica de una visión holística y internacionalista del mundo, “del mundo libre” (expresión que asume dos significados: de libertad – un mundo sin fronteras- de dominación – el mundo capitalista); “caminar por el mundo libre sin tener sociedad”, fruto de una propuesta anarquista que desea la ausencia de un Sistema, de normas que aprisionan la individualidad.

La concepción de los versos se complementa con la importancia que atribuyen al individualismo, y a un nuevo tipo de convivencia entre los colectivos de personas que se identifican y que tienen las mismas inquietudes y las mismas prioridades. Esto también refuerza la propuesta del valor Compañerismo, la esencia de la *brodagem* que las ideas mangue señalizan para sus adeptos. En el ámbito de ese idealizado “mundo libre”, prevalece la Libertad, el Disfrutar de la vida, como valores que aspiran a ejercitarse las cosas simples, como pasear con las “chicas de electricidad”, “andando con los amigos sin ser incomodado”. El valor Transitoriedad de las cosas, también revelase en el texto de la canción en las frases iniciales, como ya comentamos.

La composición sonora de la canción difiere de la mayoría de las que componen la creación de los primeros compacto disco del *Manguebeat*. Reconociese en los sonidos la participación de Fred Zero4, en la confección de un tono más leve, ligero y movido, en que la percusión recibe a melodía de las guitarras y ha la introducción de sonidos de instrumentos de metal, lo que no es la tónica de este tipo de música. Un refrán que es repetido varias veces antes de los últimos versos: “*Segura esta levada, segura el maracatu*”, atestigua la fidelidad de la música a los ritmos locales, pues esta manifestación emblemática de la cultura local está presente, aunque no sea utilizado como expresión rítmica en esta canción.

#### **4a.Canción: EL MISTERIO DE LA SAMBA** (Fred Zero4/ Marcelo Pianinho)

1. La samba no es carioca
2. La samba no es baiana (De Bahía)
3. La samba no es del *terreiro*
4. La samba no es de África
5. La samba no es de la colina
6. La samba no es del salón
7. La samba no es de la avenida
8. La samba no es del carnaval
10. La samba no es de la TV
11. La samba no es del *quintal*
12. La samba no es del *terreiro*
13. La samba no es africana
14. La samba no es de la colina
15. La samba no es del salón
16. La samba no es de la avenida
17. La samba no es del carnaval
18. La samba no es de la TV
19. La samba no es del *quintal*

20. Como reza toda la tradición...
21. Es todo una gran invención
22. La samba no es emergente
23. La samba no es de la escuela
24. La samba no es del disfraz
25. La samba no es racional
26. La samba no es de la cerveza
27. La samba no es de la mulata
28. La samba no es del playboy
29. La samba no es liberal
30. Porque la samba no es *chorinho* (lloro)
20. La samba no es regional
21. Como reza toda la tradición...
22. Es todo una gran invención...
23. No hay misterio...
24. No es del *bicheiro*
25. No es del *malandro*
26. No es *canarinho*
27. No es verde y rosa
28. No es *aquarela*
29. No es *bossa nova*
30. No es silicona
31. No es *malhação*
32. La samba no es de Gugu
33. La samba no es de Faustão
34. No es de Gugu
35. Ni es de Faustão

Los sentidos simbólicos presentes en esta canción son producidos a partir de proposiciones que indican negación. La expresión “*Não é*”, que traducimos como “No es”, en el contexto de las letras suena como una afirmación, pues está relacionada a todo lo que es el universo de la samba: lo que es adecuado y lo que no es. El ritmo que se convirtió en uno de los símbolos del país, nació en Río y por lo tanto es “*carioca*”, pero hoy en día pertenece a todas las subculturas que integran la rica cultura brasileña. El discurso aparentemente no presenta una coherencia, porque mezcla elementos de forma supuestamente anárquica y parecen no tener relación lógica entre ellos. Por ejemplo, cita ritmos musicales (“*bossa nova*, *chorinho*”, etc), junto con personajes de televisión (“*Gugu*, *Faustão*”, etc) y contenidos del Carnaval, como “mulata, escuelas” (de samba) y otros elementos dispares. Para entender los significados del texto, hay que tener un buen conocimiento del contexto social y cultural brasileño.

La canción explica los orígenes africanos de la samba, para hacer consideraciones políticas sobre la sociedad brasileña: cuando dice que la samba nació en el “*terreiro*”, en el “*quintal*”, indica su origen como música propia de baile de los esclavos (*terreiro*) y tras la abolición de la esclavitud, asume la denominación de *pagode* entre los negros libertos (*quintal*). Finalmente, en las primeras décadas del siglo XX es asumido por la clase pobre como forma musical, antes de ser aceptada por toda la sociedad. La propagación de esta música llega a penetrar en los ambientes más refinados, de la “*colina*” o de los “*salones*”, pues este ritmo es democrático y es vivido en la “*avenida*”, en pleno Carnaval, en las “*escolas*”, de la “*mulata*”, de los “*bicheros*”, (que son los contraventores que lideran el juego de azar en Brasil y financian las escuelas de samba). Estos son todos elementos del carnaval y de la samba.

La argumentación se consolida con el refrán: “*Como reza toda tradición. Es todo una gran invención*”. La negación y la afirmación – que también se hace en forma de negación– se explicitan en versos que se entrelazan: “la samba no es de la mulata”( lo que no es verdad, pues las mulatas son el alma de la samba) y “la samba no es del *playboy*” (lo que es verdad, la samba verdadera no se hace para aparecer en la revista *Playboy*, especializada en fotos de mujeres desnudas). La letra se dedica a relacionar con el ritmo aspectos que son reales en su contexto y otros que son anacrónicos, y en este sentido los versos constituyen una crítica social, como detallaremos a continuación. Los autores critican la masificación y comercialización del Carnaval de Rio de Janeiro, una manifestación cultural que se ha transformado en un producto vendido por la *industria*, formado en torno de los desfiles de las escuelas de samba.

Las agremiaciones originales, organizadas por *sambistas* aficionados que solo deseaban disfrutar del Carnaval, se transformaron en auténticas empresas que convirtieron el desfile en un espectáculo dirigido por la televisión, con muchas exigencias para los participantes. Para el desfile se convocan a personas bonitas, de acuerdo con el patrón estético de la televisión, tales como jugadores de fútbol, modelos, artistas y personalidades de la sociedad (los “*emergentes*” o nuevos ricos), para quienes el acto se convierte en una oportunidad de hacerse famoso o tener publicidad (para las chicas es una forma de ser contratada para salir en la revista *Playboy*, a cambio de una altísima gratificación). Estos personajes, algunos de ellos

bien extravagantes, toman el lugar de los *sambistas* pobres y negros, que son realmente los que elaboran el espectáculo y hacen destacar a las escuelas de samba.

La referencia a la “*malhação*” (musculación) es una crítica a la práctica de esta actividad, que prolifera entre la clase media brasileña, entre jóvenes y personas mayores, para atender al modelo de belleza y juventud dictado por la publicidad. Otra práctica muy diseminada entre las mujeres brasileñas, para tener un cuerpo bien modelado, es el uso de la “silicona” en los pechos, relacionado en la frase 30. Las mujeres que suelen participar durante el Carnaval en una escuela de samba, modelan el cuerpo de acuerdo con el patrón de belleza definido por los medios de comunicación.

La referencia a los personajes “*Gugu*” y “*Faustão*” – presentadores de televisión que se disputan la audiencia del domingo con sus programas populares – se justifica con la crítica a la masificación de los programas de calidad discutible, impuestos al público en general. Estos personajes contribuyen a la descaracterización del Carnaval, por prestigiar en sus programas esta forma alegórica y artificial de los desfiles que incitan al Carnaval a convertirse en una industria.

Además de los símbolos coherentes con la samba, a los cuales la canción hace referencia y que están relacionados en las frases 12, 13, 15, 16, 18, 26, 27 y 28, tenemos que hablar de otros elementos característicos: los “*disfraces*” famosos en los desfiles, la alusión a la escuela de samba Mangueira (*la “verde y rosa”*), que están relacionados junto con la mención a la forma apoteósica del ritmo típico de Brasil – la samba- como muestra “*Aquarela do Brasil*”, de Ary Barroso, compositor carioca, considerada la canción brasileña del siglo XX. En medio de la profusión de ideas que componen la prolífica representación simbólica presente en el texto, no podía faltar el fútbol, otra de las manifestaciones culturales que simboliza Brasil. Hay una referencia a la selección brasileña de fútbol –la “*canarinha*”– que reafirma la tradición (de ser la mejor), en vez de negarla, como dice el refrán de la canción.

Los sentidos producidos por los versos de la canción están todos muy bien anclados en el contexto cultural brasileño e indican el amplio conocimiento de los

autores respecto a la actualidad del país. El lenguaje utilizado es sencillo, pero correcto, sin el uso de alegorías u otros recursos lingüísticos, y sin polifonía. La enunciación es declarativa ya que no ocurre la participación de ningún otro discurso, a no ser la del enunciador. La letra se apoya en la música para comunicar y no hacer monótona y poco atractiva su recepción. El ritmo de la samba está muy bien trabajado, destacan los sonidos metálicos y un solo precioso de *cavaquinho*, en momentos significativos. Hay un detalle añadido al final de la canción que reafirma la intención crítica de los autores: la carcajada irreverente del vocalista.

Los valores revelados en la crítica velada y bien humorada de la canción son: Importancia de la esencia, con las referencias contra la vanidad exagerada, la superficialidad y la futilidad, característico del modelo de actitudes que los medios de comunicación de masas elaboran para el público; Localismo, identificado a través de la valoración de la samba y por la citación de una profusión de símbolos que representan categorías que identifican este valor.

### **5<sup>a</sup>.Canción: CONCURRA A UN COCHE** (Fred Zero Quatro/ Goro/ Xef Tony)

1. No es posible
2. No ha como escapar  
Al mundo libre
3. Entramos en la disputa para capturarle
4. Porque el mercado vive en guerra
5. Lidere o desaparezca, venza o morra
6. En el submundo del consumo  
No ha lugar para escrúpulos
7. Has de ser un buen producto  
8. Para sobrevivir has que reciclarle
9. Temprano o tarde/ Vás entregarte / Al mundo libre
10. No es posible, no ha como escapar/ Porque el mercado es una guerra
11. Lidere o desaparezca venza o morra
12. En la sociedad de consumo  
La selección es deshumana
13. Has de ser un buen producto
14. Y la gran intención es monopolizar

- 15.-“ ¡Atención! Aquí en su frente, la gran chance de su vida
16. Aun puedes concurrir en una sensacional promoción de lanzamiento “Con su fe, cabina doble, cero KM.”
17. Corra! ¡Concurra a un coche del año!
18. Esta es la vez del mundo libre...

La canción es un ejemplo más del humor sarcástico de su autor, Fred Zero4, que exorciza la sociedad de consumo, los valores capitalistas, y reafirma las influencias de sus orígenes *anarco-punk*, utilizando sutilezas para pasar su mensaje crítico al Sistema. Analizando el texto, vemos que hay algunas palabras o expresiones que definen el tema de la canción, indicando los puntos significativos: sociedad de consumo – mercado- mundo libre – producto (gente) – competencia – publicidad – fe.

El tema se introduce en los primeros versos (1 a 5): los individuos están atrapados en el mercado de consumo, las sociedades están sometidas al mercado global. No hay como escapar “del mundo libre” (la sociedad capitalista) que divulga el consumo como la panacea de la felicidad.

En la frase 3, percibimos que el enunciador se introduce como parte de los *dominantes*, tal vez porque sea un elemento de la comunicación de masas y, como tal, también está en la disputa por el público, por un mercado que consuma sus canciones. En otro momento del texto queda clara la presencia del oyente, a quien el discurso está dirigido (frase 3): “Entramos en la disputa para capturarte”. La polifonía se acentúa en el final de la letra, en las frases 15 y 16, en las que se nota la presencia de un *discurso citado*, cuando el enunciador introduce la publicidad que ofrece la seductora promoción de un coche.

En la segunda parte de la letra, la crítica es más contundente y afirma que el juego del mercado es desleal, deshonesto y expone claramente que: “En el submundo del consumo no hay lugar para escrúpulos” (6). La materialización del mercado está dirigida a los individuos, que para competir deben presentarse como un buen producto. Pues el mundo capitalista es de los vencedores, los que lideran. En esta parte del texto se advierte la presencia del valor Importancia de la esencia,

reflejado en el desprecio que demuestra por la sociedad de consumo y a la publicidad.

Este desprecio se extiende a los medios de masas que mediatizan la seducción de la publicidad: la promoción de ventas que ofrece como premio un coche “Cero kilómetros”, el sueño de consumo de la gente de baja renta que no tiene acceso a este símbolo de éxito y de prestigio social. La posibilidad de la mayoría de realizar su sueño es mínima, pero, acentúa la crítica del texto, de forma sarcástica: “Hay que creer, que tener fe en que lo va a lograr”... Y la gente pobre, el ciudadano común y corriente atrapado en el mercado, que recibe las insinuaciones de consumo y no tiene los medios económicos de alcanzarlas, son los que mueven y mantienen el mercado funcionando.

El mensaje de la canción revela una connotación político ideológica, pues contesta la falsa libertad que el mercado ofrece, la libertad de consumo. Primero, porque el consumo está inducido por la publicidad, y segundo, porque a causa de esta seducción las personas generan necesidades artificiales y cuando no las obtienen se sienten fracasadas (GARCÍA-CANCLINE, 1997).

En relación con los valores revelados por las letras, distinguimos la presencia de tres valores que identificamos en el análisis de contenidos anteriormente realizado: El primero, Importancia de la esencia, se percibe en la crítica al consumismo que valoriza las cosas materiales y que define el conocimiento como un objeto de utilización, es decir, que se desea no como una forma de realización personal, sino como un medio para obtener algo. El valor Idealismo profesional se manifiesta en las frases 10 a 13, y alerta que los individuos deben prepararse profesionalmente con características que el mercado exige, y no para su realización personal. Por último, se sugiere el valor Abertura a lo nuevo, ya que el discurso contestatario, al incluir al enunciador como parte de las acciones contestadas, admite que “no hay como escapar” y que es preciso entrar en los nuevos tiempos del mercado.

La música parece haber sido creada para dar énfasis a las palabras y a los sentidos del discurso. El ritmo utilizado es movido y rápido, como una persecución. En la producción musical se destaca la percusión (batería) y sonidos provenientes

de instrumentos de viento y de guitarras eléctricas. El ritmo de esta canción es atípico en este disco compacto de Fred Zero4, ya que utiliza la samba en la mayoría de las composiciones, sin prescindir de los tambores y otros instrumentos típicos del *Manguebeat*. Sin embargo, en la canción “Concorra a um carro”, el ritmo se acerca más al *heavy metal*.

#### **6<sup>a</sup>. Canción: EN TODA CASA HAY UN POCO DE ÁFRICA**

(China/ Bruno Ximarú)

1. Tradiciones desvirtuadas
2. Samba que sale de la *bocada* <sup>129</sup>
3. El morro está lleno de *orixás*
4. Casas de sangre y sudor
5. Las referencias raciales son fotos publicadas en periódicos
6. En toda casa hay un poco de África
7. En toda casa hay un terrero
8. En toda casa hay un poco de África
9. En toda casa hay un terrero Y una mucama para servirle
10. Movimiento inesperado
11. Oprimido indeseado
12. Gana las calles por el *baque solto*
13. Y la mano que hace no derrumba, por otra mano se destruye
14. Chabola explota por todo lado
15. ¡En toda casa tiene ha poco de África!
16. En toda casa hay un terrero
17. ¡En toda casa hay un poco de África!
18. En toda casa hay un terrero Y una mucama para servirle.

El texto empieza haciendo referencia a “tradiciones desvirtuadas”. La cultura atávica de los africanos se traslada a los ambientes miserables de las chabolas con la abolición de la esclavitud. “Sudor y sangre”, mucha lucha en trabajos duros y

---

<sup>129</sup> *Bocada* es un lugar peligroso, *Orixás*, son los santos sagrados de la Umbanda, religión afrobrasileña. *Baque solto*, se dice de la batida del maracatu rural. *Senzala* es la casa donde vivían los esclavos, en las haciendas.

mal pagados, esta es la realidad de los negros que en la miseria sufren otro tipo de esclavitud. La religión tradicional recuerda la cultura que se traslada y se desvirtúa.

A continuación, el texto hace alusión al racismo, al desprestigio social con que la sociedad de los blancos y de los ricos miran a los pobres y negros: la discriminación está mencionada en la frase “Las referencias raciales son fotos publicadas en los periódicos”, donde el negro está siempre relacionado al crimen y a la contravención.

Pero el texto también habla de la mezcla cultural que impera en la sociedad brasileña, por la cual el racismo es una contradicción. “En toda casa hay un poco de África”, ya sea en la sangre de los ancestros o en la figura de la “*mucama*”, que representa a la doméstica que hoy en día sirve a la clase media, y que eran las esclavas que realizaban los trabajos domésticos en el periodo colonial brasileño. El “*terreiro*” es el símbolo de la opresión, del desprecio social de una sociedad que al liberar a sus esclavos no les dio condiciones para penetrar en la economía y poder competir en el mercado de trabajo con los blancos.

En las frases 10, 11 y 12, la canción hace alusión a toda la lucha que antecede a la abolición de la esclavitud, en 1888. Los negros se libertaron pero continuaron llevando una vida miserable: de la “*senzala*” pasaron a las “*chabolas*” que “explotan por todo lado” y hasta hoy albergan a los descendientes de estos negros que encontraron en el *maracatu* rural (“*por el baque solto*”) un elemento de apoyo en la lucha por la libertad. Las referencias culturales son muchas y están colocadas de forma no uniforme, en un encaminamiento no linear. Las palabras sugieren muchos sentidos descodificables únicamente por un lector versado en historia brasileña.

El lenguaje utilizado es correcto y el ritmo del *heavy metal* es deliberadamente áspero y rabioso, perfectamente adecuado a la letra, para expresar la protesta contra la discriminación que sufren los negros. Observamos el uso de expresiones populares, como forma de hablar típica de Recife: “*salir de la bocada*” es salir de un lugar peligroso, “*el morro está lotado de orixás*”, es una forma metafórica para indicar que hay mucha gente, es decir, *lotado* quiere decir que está lleno, que no cabe nadie más, de “*orixás*”, los negros. En la enunciación, no aparece

un sujeto enunciador, nadie se compromete con la declaración de la música. En ningún momento del discurso se perciben los responsables de los enunciados ni se convoca al oyente para participar.

En el texto detectamos el valor Localismo, en las referencias al *maracatu*, la propia temática cultural reafirma el interés por la cultura local. Otros aspectos trabajados por la canción indican la presencia del valor *Libertad*, conseguida por los esclavos a costa de luchar y de transgredir las leyes.

El grupo musical Sheik Tosado, autor de la canción, representa a la nueva generación *Manguebeat* y afirma ser un grupo de tendencia *hard rock*. Al mismo tiempo que asume la modernidad-mundo, alega que desea mantenerse fiel a sus raíces culturales, introduciendo entre los sonidos metálicos y el ritmo *pop-rock*, los instrumentos de percusión propios de la música local, especialmente los utilizados en el *maracatu*.

#### **5.4. APORTACIONES SOBRE LOS DATOS**

A través de los contenidos estudiados, concluimos que la presencia de los componentes de la cultura popular es predominante. La forma como se combinan con los extranjeros, con los globales, indica que el sincretismo realizado en las canciones no revela un carácter de subordinación a aspectos culturales y a fórmulas musicales exógenas. Los datos indican que se produce una “apropiación renovada”, semejante a la que Daniel Miller (1996) percibió en su estudio sobre la cultura caribeña en contacto con las representaciones dominantes de la cultura norteamericana.

La mezcla de la opulencia de ingredientes locales con los globales, realizada por la audiencia popular en el Caribe, conforma una reproducción innovadora en la que los elementos exógenos, recibidos a través de la televisión, tienen relación con la *carnavalización* de la realidad. Esta manera característica que tiene el pueblo caribeño de percibir el mundo es muy semejante a la del brasileño. Esta forma de observar la realidad ha producido una versión grotesca de los contenidos de la cultura norteamericana, divulgados en la serie televisiva “*The young and Restless*”,

una manera de resistencia cultural que ha invertido la lógica y ha neutralizado la dominación de los mensajes impuestos.

Los textos de las canciones *mangue* expresan la manera cómo los individuos populares encaran la vida, como si fuera un “carnaval” o una gran “bacanal”. Esto no significa un tipo de celebración orgiástica, a la que se relaciona el Carnaval, principalmente el de Brasil, sino un rasgo de optimismo típico del carácter del pueblo brasileño. El sentido en que lo utilizamos define una disposición, que podemos llamar de cultural, para el “escándalo”, el sacar a la luz las cosas más íntimas, lo que en las comunidades pobres es algo común. La propia condición de las casas – casas improvisadas y frágiles hechas de barro, de paja e incluso de cartón– induce a la promiscuidad, pues las relaciones y los conflictos más íntimos se vuelven públicos, porque este ambiente físico propicia la participación pública de lo privado.

Como ejemplo de este “carnaval” citamos la promiscuidad que existe entre las personas de todas las edades y de todos los sexos de las clases populares, a la que hace alusión la canción de Chico Science e Nação Zumbi, “Da lama ao caos”: “fui al mercado a robar tomate y zanahoria/ una mujer vieja cogió mi zanahoria/ ay mi vieja, deja *mi zanahoria* aquí/ con la barriga vacía no consigo *dormir*”. Los significados de los versos, analizados con elementos del contexto dicen: *dormir* con alguien es tener relaciones sexuales, la *zanahoria* es una representación del órgano sexual masculino, que no tiene erección, porque el hombre tiene hambre y está sin fuerzas, aunque sea estimulado por la mano de la mujer, como afirma el narrador.

La canción también describe el cotidiano de los niños y chicos pobres que frecuentan los mercados públicos en los que se comercializan frutas y verduras, para intentar conseguir dinero o comida, prestando pequeños servicios a los consumidores o robando. En la descripción de esta dura realidad, hay un toque de humor irreverente en el registro de las relaciones sociales que ocurre en estos ambientes, como el mercado, un espacio democrático en el que todos circulan en libertad. En estos ambientes también se crean las formas culturales más bellas y originales de la cultura musical brasileña. La canción “*Chão de Estrelas*”, de Orestes Barbosa, un compositor carioca de gran inspiración poética, compara los puntos que la luz de la luna pasando por los agujeros del techo de las chabolas

dibuja en el suelo de estas habitaciones, con estrellas, que son pisadas por la mujer amada. El sentido de belleza, que algunas veces no se adapta a la lógica de la industria cultural o del arte culto, son las *artes del hacer*, que exponen una manera especial de pensar y de actuar indisociable de las experiencias cotidianas de la gente.

La cultura popular asume, algunas veces, posturas de resistencia, que se expresan de varias maneras, y suelen adaptarse al sistema cuando éste permite espacios donde estos sectores encuentran flexibilidad para ejercer sus prácticas, que en este caso son funcionales a la reproducción y preservación de la estructura de dominio (CERTEAU, 1994). Estas posturas se reproducen cuando las formas culturales locales se colocan frente a la hibridación cultural que se exterioriza de distintas maneras, de acuerdo con los aspectos que asumen la mediación de diversos actores, como los medios de comunicación de masas.

Algunas de las manifestaciones musicales de Pernambuco pasan por este mismo proceso en la elaboración de la música *Manguebeat*. Cómo una legítima expresión de la cultura de masas, incluso declarándose como tal, unió, a partir de los contactos interculturales, las creaciones rítmicas populares con el *pop* internacional. La mezcla no deja atrás a la música brasileña y espeja la realidad del pueblo que posee una manera de hacer las cosas cotidianas, desde las más sencillas hasta las del espíritu, como el arte, que revela una significación anclada en una forma de diversión espontánea.

Creemos que las composiciones *mangue* contienen también este rasgo característico de las producciones del pueblo. Los segmentos populares utilizan el *bricolaje* (GARCÍA CANCLINI, 1990), que es un arte en el que cada individuo elabora con sus propias manos y su creatividad objetos de uso doméstico diario, como guía de sus necesidades de supervivencia y no como producción de excedentes. Estas habilidades se introducen en las creaciones artísticas como la artesanía, la arquitectura y la música, cuyas características están determinadas por las condiciones materiales del entorno y de las necesidades físicas, así como la diversión y la expresión del espíritu. En las canciones *mangue* los temas revelan la realidad física y socioeconómica de la gente, la praxis cotidiana de prácticas culturales: sacar los cangrejos de la lama del manglar, bailar el *coco*, la *ciranda*, irse

“a la calle para jugar, buscar algo para comer/ bañarse en el canal/ cuando la marea suba”, como revela la canción “*Quando a maré encher*”.

La legitimidad de la lógica cultural de estas prácticas populares se esclarece en un tipo de lenguaje característico común y corriente, cargado de significados, con el que la gente sencilla expresa su percepción e interpretación del mundo y de la vida. En las letras analizadas en el apartado analítico de las canciones, la manera de hablar típica de Pernambuco se revela en formas desfiguradas del lenguaje culto, cristalizadas por el uso común; en el uso de expresiones cotidianas y en las construcciones metafóricas sólo entendibles en el contexto local. Este lenguaje constituye formas de representación y de significación del cotidiano que suelen estimular y desencaminar la lógica dominante, el raciocinio normativo y utilitarista del sistema.

En las letras, el uso de palabras en otro idioma es episódico, no llega a constituir una agresión a la originalidad de las formas culturales. Esto se confirma por la amplia presencia de los símbolos de la tierra, en forma de manifestaciones culturales, aspectos físicos que identifican el contexto local y le confieren una personalidad inconfundible. Lo mismo se puede decir de la producción poética en que las formas de hablar cotidianas se encuentran en las canciones, con más presencia en los textos pioneros y de forma más discreta en la poesía de la nueva generación de autores.

Sobre los elementos del lenguaje observamos que mantienen la originalidad de las expresiones presentes en el cotidiano de los habitantes de Recife. Algunas de ellas son más típicas de las clases populares, pero creemos que son reconocidas y repetidas incluso por los que tienen acceso a un lenguaje más intelectual. Suponemos que el lenguaje utilizado por las canciones es reproducido por la juventud provocando su cristalización, identificándolas con su contexto, utilizándolas en su cotidiano y atenuando con su uso la tendencia actual de la utilización de palabras extranjeras en el vocabulario local. Mostramos algunos ejemplos de estas expresiones:

*“Estou de andada (de paso)” (“Risaflora”)*

¡“Ó Josué, nunca vi tamanha desgraça! (Da lama ao caos);  
¡“Não sou nem besta (tonto), homem!, Sinão vou me lascar  
(pasarlo mal), Não deixa o queixo (mentón) cair” (no se quede  
espantado) (“Cidadão do mundo”).

*“Tu só quer ficar na minha” (quieres quedar conmigo)  
“Tais adivinhando chuva (hablar sobre algo con exagero)  
“Olha para lá, vira a cara, não dá bola (no lo mires, no lo  
escuches) (“Macô”).*

Una gran parte de los textos presentan un lenguaje hermético, debido la proliferación de metáforas, con lo que el lector debería tener conocimientos sobre el contexto local y nacional en que las canciones se originan para decodificarlos. Sin embargo, la interacción con el público consumidor se produce fácilmente a través de expresiones lingüísticas características en la realidad cotidiana, y por los elementos rítmicos provenientes de la cultura musical popular, lo que hace de las canciones una fuente preciosa de componentes simbólicos de fuerte impacto y legitimación ante las audiencias.

Todos los aspectos están tratados en un lenguaje que expresa una crítica, a veces en un tono crudo y amargo, y otras con connotación de sarcasmo y de desdén. En este aspecto, el *Manguebeat* reproduce una característica de la cultura popular, con algunas narrativas llenas de humor amargo y de ironía. Ésta nos remite a la relación de resistencia de la cultura popular de *carnavalizar* sus contenidos para, a través de lo grotesco y del escándalo, subvertir el orden impuesto por la cultura oficial, haciendo una captura simbólica de sus componentes.

La característica típica brasileña de optimismo, de reírse de la propia miseria, aparece con mucha propiedad en ese texto. Esta alegría *no-sense*, que hace que el pobre se reía de su hambre, de su propia miseria, está en la raíz del hedonismo, muy grato a los brasileños, revelado en el discurso *mangue*. La parodia es la producción formal de lo ridículo que operada por la cultura del pueblo, funciona como una de las formas de apropiación. Las canciones *mangue*, inducidas por la influencia *punk* de sus orígenes, utilizan el lenguaje y las manifestaciones como un La juventud y el simbolismo de la música *Manguebeat*: valores y Postmodernidad

---

287

arma, y a través de la pantomima denuncian la subordinación económica y política con la que los sectores dominantes mantienen a las clases populares.

Otro aspecto que revela el hibridismo de la música *Manguebeat* es el uso de una base musical que mezcla de forma poco convencional los sonidos de orígenes culturales diferentes. De un lado resaltan los ruidos rítmicos de la percusión – donde predominan los instrumentos específicos de la cultura nordestina, utilizados en la producción de música indígena y negra- y de las guitarras y bajos eléctricos, y de otro los sonidos resultantes del *sample*, que indican la presencia de elementos del *pop* internacional.

El *sample* es un aparato electrónico que permite grabar dos músicas y sobreponerlas. Este recurso tecnológico, muy común entre las bandas musicales contemporáneas para revolucionar los efectos sonoros producidos, también es utilizado por las bandas *mangue*. El acto de *samplear* metafóricamente demuestra que es posible fundir dos elementos culturales distintos y crear otro con peculiaridades propias, sin ser una junción de los dos componentes primitivos. El resultado de esta mezcla sonora son composiciones nuevas, pero contienen ingredientes de las canciones anteriores.

Esta es la imagen que a nuestro ver traduce el mestizaje de la música *Manguebeat*. La introducción de los resultados sonoros del *sample* está presente en muchas de las canciones del disco compacto más popular del grupo pionero, Afrociberdelia, y continúa como práctica usual en las bandas actuales, entre las cuales destacamos Mundo Livre S.A. cuyas composiciones analizamos. Actualmente, los recursos tecnológicos como el *drumbass*, los recursos de la música *tecnico*, están más presentes en las composiciones.

Para alcanzar mejor sus objetivos de divulgación, después de la experiencia iniciada por el *Manguebeat*, las bandas musicales locales y de otras regiones brasileñas echan mano de la tecnología e imponen las modernizaciones a las formas tradicionales. Mezclan el *funk* con el *maracatu*, la forma *rap* de cantar con la *embolada*, *sampleando* elementos para hacer surgir una música rica en contemporaneidad, capaz de ser aceptada por un público que tiene una familiaridad con el *rock* y el *pop* internacional. El atractivo está en los sonidos

híbridos: los de los instrumentos eléctricos y metálicos mezclados con la batida envenenada de los poderosos tambores rituales afro, tan comunes en los ritmos nordestinos.

En la canción “Mateus Enter” hay una figura metafórica relacionada con los recursos tecnológicos en las canciones *mangue*. Éste es otro ejemplo típico de la hibridación cultural del *Manguebeat*, ya que asocia a un personaje emblemático del *maracatu* – *Mateus* – con la tecnología – la expresión *enter*, que es un comando del ordenador.

La divulgación de las novedades tecnológicas en el área musical, como el *sampler*, el ordenador y los aparatos de grabación digital, que cada día son más baratos y accesibles, facilitan la experimentación intercultural entre los estilos del *pop* con las tradiciones musicales de todas las culturas. Los *collages* rítmicos del *hip-hop*, de la música *house*, de la *tecnología*, y otros ritmos que se introducen en culturas de ambientes pobres, comprueban que la creatividad y la innovación se manifiestan en la relación música/tecnología, unificando “el ordenador al arte”, como propone la canción de Fred Zero4.

Un ejemplo de que esta creatividad es capaz de surgir en ambientes económicamente degradados, si existe un deseo de cambio y de producir innovaciones, es el caso jamaicano. La música *reggae* que nace en los estudios pobres de Kingston, en los años sesenta, introduce técnicas de grabación y *mixagem* que hoy siguen copiándose para hacer música *pop* de vanguardia, como la música *trace* o *ambient*.

Algunas de las críticas insinúan que el uso del *maracatu* como base rítmica en algunas canciones, – como “Maracatu atómico” –, hace que este ritmo, en contacto con los recursos tecnológicos (como la introducción del sonido del pito, *sampleado*, que la percusión de las escuelas de samba usan para marcar el ritmo), o de sonidos eléctricos, hacen que este ritmo popular pierda sus peculiaridades y su dignidad. Sin embargo, los ritmos de la cultura local entran como un contexto rítmico que identifica los orígenes culturales de la música *mangue*, que no pretende hacer música folclórica. Como un legítimo producto de masas, la intención es la de divulgar los ritmos de Pernambuco, que pasan a ser consumidos en el mercado, con

la etiqueta de *world music*. “Si nosotros tocamos el *maracatu* como es realmente, con su forma sencilla, puede que no le guste a un público más amplio”, afirmó Chico Science.

Las letras de las canciones utilizan estrategias para coordinar la melodía y los ritmos con las palabras, y al mismo tiempo hacer asimilable para el público los significados de las letras. Una de estas estrategias es el uso de un vocabulario limitado con la presencia de algunas palabras reconocibles por el público local, que construyen frases claves, líneas enteras o versos que se repiten como la estructura melódica, aspectos que se realizan con un fondo de ritmo fuerte que sobresale sobre los otros elementos.

“De que lado você sambas / de que lado vais sambar/  
Você samba de que lado/ de que lado, de que lado...”  
(Samba de lado)

“Em toda casa tem um pouco de África/  
toda casa tem um *terreiro*/

toda casa tem um pouco de África  
e uma *mucama* para lhe servir” (Toda casa tem um pouco  
de África)

“O samba não da escola/  
O samba é racional  
O samba é da mulata  
É tudo uma grande invenção...”  
(O mistério do samba)

La repetición y la presencia de estas estructuras circulares que vuelven al comienzo desde el final, o que contienen el final en el principio, sin una ordenación lógica, son los principios organizativos que percibimos en la mayoría de las canciones analizadas. Esta forma de construcción poética aporta importantes dificultades a la hora de interpretar estos significados, para un público que no conoce bien la cultura local.

Con relación a los temas de las canciones, la diversidad presente dificulta la percepción del tema principal, lo que lo atribuimos a los aspectos de la estrategia usada por los compositores para armonizar la música con la letra, así como por la inteligibilidad de algunas de ellas. Los temas que más se destacan, desde la versión

de los pioneros como el grupo Chico Science y Nação Zumbi, hasta la nueva generación, representada por la banda Sheik Tosado, son la denuncia de los problemas sociales de la ciudad de Recife, la importancia de la cultura popular local y los elementos político ideológicos que involucran a estos temas. Chico Science, al que consideramos *padre del Manguebeat*, es el artista que divulgó por primera vez en discos la nueva música y que al morir, pocos años después de iniciar su trayectoria hacia el éxito, se convirtió en el ícono e ídolo del movimiento *mangue*.

En los temas observados redunda la intención de denunciar las condiciones sociales presentes en Pernambuco, contexto en el que conviven “realidades desequilibradas” de miseria y de abundancia, de atraso y de tecnología, de tradición y de posmodernidad. Sin embargo, en el contexto latinoamericano, la modernidad no es uniforme. En la realidad brasileña, donde una pequeña parcela de la sociedad vive la modernidad y una gran mayoría está desfasada en el tiempo, además de la heterogeneidad de calidades de vida y de acceso a las conquistas tecnológicas, se observa una multitemporalidad en las ideas. La recurrencia insistente percibida en esta temática se configura como una elaboración articulada e intencional de sentidos.

Un aspecto que cabe resaltar en los registros que hemos conseguido en la investigación de las canciones es que, a diferencia de otras formas musicales creadas por la juventud brasileña, los sonidos y los textos de las canciones *mangue* asumen un tono de discurso político e ideológico que no tiene la intención de provocar polémicas o de incitar a acciones de rebeldía. El *Manguebeat* utiliza las características de la realidad social local para materializar el contexto en el que nacen sus canciones.

En realidad, la música tiene como objetivo promover el rescate de la cultura local, desprestigiada en el contexto nacional, mostrando a las nuevas generaciones la riqueza de esta cultura popular, en una versión distinta, más contemporánea que la de artistas como Luiz Gonzaga, que en los años sesenta y setenta reveló al Brasil la realidad rural nordestina, enfatizando otros símbolos. Para exponer las formas culturales, las canciones *mangue* creen necesario describir el contexto urbano circundante de la ciudad de Recife, con sus injusticias sociales, su gente pobre maltratada y el descaso oficial, una realidad que la juventud de otras regiones

comprende porque se reproduce en todas las grandes ciudades brasileñas con características semejantes.

En las canciones se expone la miseria que ronda la vida de los habitantes de los manglares (mangues) característicos de Recife, ciudad cortada por ríos y puentes, que se asemeja a Venecia, y por ello denominada “Venecia Brasileña”. El cotidiano duro en el que está presente el desempleo (“bandidismo por necesidad...”), las malas condiciones de las casas (“la lama come mocambo, y en el mocambo vive el molambo...”), el hambre (“con la barriga vacía no consigo dormir...”), se sostiene con la riqueza ambiental del *mangue*. En él proliferan crustáceos y otros animales comestibles que viven en la lama, y de cuya extracción depende la supervivencia de los individuos. En la labor de recoger los cangrejos, los hombres (y mujeres) se convierten en verdaderas “esculturas de lama”, como dice una de las canciones, en un “hombre cangrejo”, como afirma Josué de Castro, en la simbiosis trágica entre el ser humano y la naturaleza.

Con estos temas las canciones comprueban la presencia de lo tradicional y lo popular que afirma la importancia que el *Manguebeat* asigna a la cultura popular local, que en la mayoría de las letras, incluso en las de los jóvenes compositores, continua rescatando y prestigiando la cultura local. “Vino de la tierra de la *embolada*/ ó Mateus te dejó la pelota/ de La Osa ya me cansé...” Este verso es de la canción “La Ursa” del grupo Sheik Tosado, y forma parte de la muestra analizada: la *tierra de la embolada* es la zona rural; *Mateus* es un personaje del *maracatu rural*, un tipo de presentador de la *folia*; *la Ursa* es un disfraz de oso que representa una figura del folclore carnavalesco de Pernambuco. Muchos enmascarados forman un grupo de la *Ursa* y salen por las calles llamando a los peatones para bailar. Todos los símbolos usados en la canción se expresan a ritmo de *heavy metal*, representando el hibridismo –*la cultura local con el pop*– presente en la música.

La modernidad o mejor dicho, la contemporaneidad tiene su presencia en temas como la tecnología, en que los “ordenadores conviven con el arte popular”, o en las “antenas parabólicas que se incrustan en la lama del manglar”. Estos símbolos de posmodernidad revelan el hambre de tecnología y de información que impulsaron a los compositores a proyectar la música *Manguebeat* como un resultado más de apropiaciones *tecno-sociales*. Cuanto mayor es el hambre por la

tecnología más interesante y rico es el resultado de las simbiosis actuales del *pop pirateado* por culturas tradicionales.

Consideramos que el movimiento *Manguebeat* manejó esta óptica popular para producir metafóricamente su *resistencia* a los sectores tradicionales, haciendo una re-creación de los componentes culturales populares y convirtiéndolos en productos de masas. Este acto de apropiación revela que, en los tiempos actuales, el concepto de cultura incorpora lo culto, lo popular y lo masivo en una simbiosis en la que todos los segmentos tienen el mismo peso, pues se funden en la *praxis cotidiana*.

Juzgamos que los análisis que realizamos para percibir la mezcla de formas culturales locales con componentes globales, apunta a una *apropiación renovada* y está presente en los intercambios rítmicos y melódicos que la música *Manguebeat* realiza en sus composiciones. En ellos percibimos que este movimiento de tendencia contemporánea utiliza lo global sin perder su personalidad, sin subyugarse a las exigencias del engranaje de las discográficas, que determinan los criterios para la producción de las mercancías culturales que salen de estas fábricas de significados, para alimentar el imaginario del mercado. Esto sólo ha sido posible por la adopción de una posición *sincrética*. Los jóvenes compositores *mangue* han hecho como sus antepasados esclavos en tierras brasileñas, que al prohibirles la veneración de sus divinidades, pudieron mantener sus cultos religiosos a través de la invención del sincretismo, transplantando a los símbolos de los señores blancos el significado de sus creencias y de su cultura.

Los elementos transnacionales y de la cultura *pop*, utilizados de forma subordinada a los de la cultura local, permiten que los símbolos y componentes significativos prevalezcan en las letras y en las ideas que divulga el *Manguebeat*. Los ritmos locales reprocesan el *rap*, el *soul*, las formas variadas de *rock*, la actual música *tecno* y otros ejemplos de formas musicales globales, y éstos a su vez serán reapropiados por otras expresiones musicales de diferentes culturas. Esta es la esencia de la hibridación con que los pueblos del Tercer Mundo devoran los elementos globales y los manejan con la base cultural nativa, vomitando una nueva música, un nuevo ritmo con una cara universal. El deseo del *Manguebeat* de hacer

una música compuesta de un lenguaje rítmico y simbólico de su cultura, con una base cosmopolita, tenía la finalidad de inserir a la música local en la contemporaneidad que los nuevos tiempos posmodernos exigen.

La música *mangue* es una expresión que pretende ser un producto de masas, y por lo tanto no se la puede acusar de intentar “descaracterizar” las formas populares de la cultura nordestina. Al contrario, por el patrocinio de su hibridismo, estas manifestaciones asumen una nueva dimensión, al ser recreadas y prestigiadas fuera de las fronteras locales. Sin embargo, al crear el movimiento, Chico Science, Fred Zero 4 y Renato L., así como los otros artistas, no tenían la intención de hacer cultura popular o folclore. Pretendían crear música *pop*, aunque, para hablar de los infortunios y de las desigualdades sociales de su entorno, su discurso tendría mayor impacto y sinceridad al introducir símbolos de su realidad cultural.

Su objetivo era el de unir todo lo que tenía calidad artística y simbólica, como las cosas de la tierra, un *aboio* (vocal nordestino usado para conducir el ganado), los versos de un *embolador*, de un *cantador de viola*, de una *loa de maracatu*, y trabajar en ellos, recurriendo a los efectos sonoros tecnológicos y realizar una fusión rítmica con el *acid rock*, el *soul*, la samba, el *baião* (como hacen en las canciones del disco compacto Afrociberdelia); en síntesis, mantener la presencia de la cultura popular para valorarla y no subordinarla a lo exógeno.

**CAPÍTULO VI**  
**EL SIMBOLISMO Y LA IDENTIDAD JUVENIL**  
***MANGUE***

En el capítulo anterior, utilizamos la técnica de análisis de contenido cuantitativa, para identificar la naturaleza de la hibridación realizada por la música *Manguebeat*. En este capítulo, para identificar y entender los valores y los sentidos que los jóvenes elaboran a partir de los principios del movimiento *Manguebeat*, empleamos los dos tipos de análisis descriptas en el Capítulo IV, utilizando un solo instrumento de recogida de datos.

Complementamos la percepción de los datos cuantitativos sobre los valores (análisis cuantitativa), interpretando los sentidos presentes en los contenidos de textos resultantes de las respuestas de los participantes a una pregunta abierta, analizados en su relación con el contexto en que ha sido emitidos y cómo expresan la importancia de los valores jerarquizados (análisis cualitativa). La interpretación de las expresiones textuales juveniles supone que éstas brotan de su interacción con la música *Manguebeat*, lo que nos permite considerar que son formadas a partir de un acto de recepción. En esta investigación volvemos a la técnica de análisis de contenido, pero con carácter más cualitativo, en acuerdo con el objetivo que era entender los significados que los datos de frecuencia aportaban.

La investigación realizada con los textos *mangue* (Capítulo V), era esencial a el objetivo principal de este estudio que plantea entender cómo se realiza la relación de la identidad juvenil con una música específica. Consideramos que preescrutar los valores presentes en el imaginario juvenil sería útil para entender la visión de mundo con que estos jóvenes se relacionan con la realidad cotidiana y para, a través de una comparación, evaluar la incidencia con la simbolización que los valores detectados en las canciones *Manguebeat* contribuyen para formar el imaginario juvenil.

En el análisis de la visión de lo real que compone esa identidad, que podemos llamar de *Innovadora* o *en mutación*, la preocupación principal de nuestro estudio no es sólo identificar los elementos culturales que atraen esos jóvenes. Deseamos reconocer a demás qué símbolos de la cultura local, entre otros elementos emanados del *movimiento mangue*, más sensibilizan y contribuyen para la construcción de este nuevo paradigma referencial, a partir de lo cual emprenden la descubierta de la vida, la concepción del porvenir y de sus conexiones sociales cotidianas.

## 6.1. LA JERARQUÍA DE LOS VALORES JUVENILES

La encuesta realizada sobre los valores juveniles, después de la recogida y de la crítica de los datos obtenidos, construyó una matriz en que esta expuesta la jerarquía de los valores, según los jóvenes adeptos del movimiento. En este capítulo, analizaremos los datos recogidos y representados en la Figura 8, que puede ser visualizada en la página siguiente.

En los gráficos están colocados las medias de las puntuaciones de los valores dominantes en la opinión de los participantes de la muestra, en columnas específicas para las matrices *Integrada* e *Innovadora*. La distribución de las medias de las preferencias forma cinco conjuntos, separados por espacios vacíos de 0,10 cada, delineando así cinco niveles jerárquicos de valores, que quedan perfectamente delimitados por los espacios vacíos entre ellos.

En el primer nivel (los niveles se presentan en color más obscura) agrupase los valores, de acuerdo con el escore medio, en orden decreciente de (6,05 a 5,6), **Compañerismo** (6,05), **Prioridad de la esencia** (5,81), **Fidelidad** (5,75), **Localismo** (5,74), **Idealismo profesional** (5,71) y **Disfrute de la vida** (5,69). Esta valoración indica los valores que los jóvenes entrevistados consideran los más significativos como orientadores de su percepción de la realidad. Conviene resaltar que todos son valores de la matriz Innovadora, lo que es un indicativo del perfil teórico que establecemos para la juventud *mangue*.

El valor **Compañerismo**, definido como *es importante tener amigos, ser amado, sentirse parte de un grupo con que se pueda contar* fue el más puntuado por los jóvenes. Esta opción axiológica revela que la necesidad de *pertenencia*, característica de la adolescencia, que la busca en el interior del grupo - entidad fundamental a su socialización - autonomía e independencia, es extensible a los individuos de casi treinta años de edad de la juventud actual. En nuestra investigación, la mayor parte de los entrevistados se situaron en el intervalo de edad de 21 a 29 años, correspondiendo a 63,56% del contingente participante, situado en el intervalo de 15 a 29 años.

**FIGURA 9 - JERARQUÍA DE VALORES DE LA JUVENTUD MANGUEBEAT**

VALORES INTEGRADOS	6.10	VALORES INNOVADORES
	6,05	Compañerismo
	6.00	Fidelidad Importancia de la esencia
	5.90	Localismo Idealismo Profesional
	5.80	Disfrute de la vida
	5.70	
	5.60	
	5.50	
	5.40	
	5.30	
Trabajo	5.20	
	5.10	
	5.00	
	4.90	
	4.80	
	4.70	Transitoriedad
	4.60	
	4.50	
	4.40	
	4.30	
	4.20	
	4.10	
	4.00	
Visión utilitaria	3.90	
Respeto a las normas	3.80	
Tradición	3.70	
	3.60	Libertad ilimitada
Espavillado	3.50	
Práctica utilitaria	3.40	Vivir al día Apertura al nuevo
	3.30	
	3.20	
	3.10B66	
	3.00	
Éxito	2.90	Inmediatismo
	2.80	
	2.70	
Vanidad	2.60	
	2.50B22	
	2.40	

Obs. Relações superficiais(1,27) e Importância da aparência (0.60) ficaram fora por se encontrarem abaixo do mínimo da tabela ( 2,40)

Sobre esta adolescencia tardía, Tania Zagury (1997) argumenta que entre los jóvenes brasileños actuales se percibe la figura del “adolescente viejo”, que tarda a asumir las responsabilidades y los papeles sociales convencionales de su edad. La adolescencia, aunque se configure como un estado de pasaje para la vida adulta, puede mantenerse por más tiempo. Según Muniz Sodré (1999), al hacer referencia a la irradiación del modelo simbólico de los medios de masas, afirma que en algunas sociedades este estado se mantiene hasta los 40 años de edad.

La prioridad conferida al **Compañerismo** como factor de identificación para los jóvenes *mangue*, revela que los procesos complejos relacionales se reproducen en la interacción social. En sociedad, el proceso de agregación tiene como grupo primario la familia, cuya importancia persiste a través de los tiempos dentro del círculo grupal más amplio, ya que representa una agrupación en que los miembros mantienen en su interior un sentido más nítido de comunidad, en que los lazos de afectividad son más espontáneos y permanentes, ya que son consanguíneos, ritualistas, sujetos a poderes de naturaleza parental, que se configuran como absolutos, de los padres sobre los hijos.

En la *familia* “la transubjetividad es verticalizada”, pues para pertenecer al grupo, que no es escogido por el individuo, es necesario “la mediación entre la historia biológica del sujeto y la totalidad bio-psíquica-histórica. Entre las relaciones de reproducción sexual (genitor / genitora) y las relaciones sociales de producción, ha un juego simbólico a ser vivido familiarmente por el individuo” (MUNIZ SODRÉ, 1999:171). La orden familiar reproduce el ordenamiento institucional de la vida pública, con la que el infante convive en el futuro, ejerciendo los papeles sociales que traducen en escala reducida los conflictos y la competencia de mayor alcance localizados en la convivencia societal.

En el tiempo actual, en que impera mayor democratización en las relaciones familiares, la necesidad de autoafirmación atribuida a los jóvenes, que parece ser inherente a la naturaleza humana, hace declinar el prestigio de la fórmula familiar tradicional. Ese hecho contribuye para la ocurrencia de cambios en el interior de la propia sociedad. La antigua figura de la madre *nutridora*, totalmente dedicada al

hogar y al bienestar de los hijos, desaparece con los cambios económicos y sociales que determinan la entrada de la mujer en el mercado productivo. El ejercicio educativo-nutricional, considerado una tarea característica de la mujer, pasa a ser entregue a técnicos especializados.

El niño, a la vez de recibir los cuidados cotidianos de la madre, en el interior de la familia, los recibe de los técnicos de las guarderías, que substituyen los padres en el ejercicio de la educación, de la formación de valores y, en algunos casos, hasta mismo asumen la misión de suplir la necesidad de afecto del niño. Esto hace con que se desacralice la imagen tradicional de las figuras parentales y son ofrecidas a los críos y a los jóvenes nuevas formas de participación social. Por lo tanto, en la educación actual, para que el individuo se conecte con las nuevas exigencias sociales, se estimula en los niños las calidades “rápidas”, como la agresividad, el placer, la competencia y el prestigio social, que se sobreponen a las calidades “lentas”, como la sabiduría y la moderación, que son más compatibles con un modelo de socialización tradicional (MUNIZ SODRÉ, 1999).

En la adolescencia, los padres se alejan aun más de los hijos que tienen su atención dislocada para las derivaciones grupales, como las *turmas*, las *gangues*, los grupos deportivos, las pequeñas comunidades. Este movimiento gregario del adolescente simboliza más que la “muerte del niño”, que es indispensable a la adquisición de la madurez, la “muerte” simbólica de los padres como soporte de las relaciones de proyección / identificación de los hijos (BODEI, 1995).

En el análisis de contenidos, las declaraciones juveniles reafirman la importancia del **Compañerismo** y en el sentido de pertenencia a una generación, a un grupo con características bien definidas, lo que estimula afinidades y que traduce la esencia de la identidad en construcción. Estos mismos sentimientos se repiten en relación a las aspiraciones de libertad, en los que concurren otros valores. Las agregaciones juveniles, por lo tanto, son la semilla de las formaciones grupales características de la contemporaneidad. Su significación para los jóvenes es la de ser un lugar de percepción de la libertad, de la descubierta de las primeras sensaciones individuales, cuando experimentan los contactos iniciales con las estructuras institucionales y sociales circundantes, bajo la protección del colectivo.

Sin embargo, las relaciones que el grupo engendra no tienen la circularidad de la individualización que indica papeles y posiciones sociales fijas. La agregación se mantiene por las permutas gregarias que ocurren entre los miembros, posibilitadas por las identificaciones fluidas basadas en la apariencia, que indican sentimientos narcisistas e individualistas. Como no hay vínculos, predominan en los contactos la transitoriedad y la solidaridad transferible que depienden de los intereses individualistas.

El aflojamiento de los lazos de intimidad en el interior de la familia, de la esfera privada, coincide con la emergencia de una nueva dinámica de circulación de afectividades que son tejidas en la esfera pública. A la vez de hacer en el hogar, los jóvenes realizan la mayoría de sus actividades en las calles, en los bares, con los amigos, viviendo una relación en que no ha exigencias, aunque sean relaciones superficiales entre ellos. “La deserción de la creencia en la solidaridad de clases en los tiempos modernos, en favor de nuevos tipos de imágenes colectivas, basadas en la etnicidad, en la región, es una señal de este fortalecimiento de los lazos fraternos. La fraternidad tornase una empatía para un grupo seleccionado de personas, aliada al rechazo de aquellos que no están dentro del círculo local” (GUATTARI, 1982:46).

Estas identificaciones gregarias corresponden a expresiones, estilos de vida y a gustos definidos por la imitación, que son percibidas en conductas uniformes, compartidas entre los jóvenes que ritualizan posturas comunes sin que necesariamente mantengan vínculos permanentes.

“Es lo que ocurre con las modas, o con la adopción de estilos derivados de contextos diferentes de los que los jóvenes se identifican como grupo, en lo que ha una recreación (...) La uniformización es constatada en la postura de los jóvenes adolescentes que acompañan un cantor de moda o alguno estilista famoso o sólo mismo adoptan el estilo porque todos de su ciclo están usando” (ARCE, 1997:161).

El inédito patrón de relaciones sociales, de convivencia y de intimidad que los individuos jóvenes construyen en los tiempos actuales, deja patente que la necesidad de compartir emociones y afectos continúa a ser inherente a la naturaleza humana. Sobre el tema, Maffesoli (1996) afirma que los viejos patrones

de socialidad asumen una nueva ropaje, con la cual el ser humano oculta sus fragilidades emocionales, el deseo de solidarizarse con sus semejantes y de pertenecer a una agrupación específica para sentirse humano.

Perfectamente en sintonía con el prestigio conferido al valor **Compañerismo** aparece el valor **Fidelidad**, que como definimos en el cuestionario propone *ser fiel a sus ideas y a sus relaciones con las personas*, lo que representa la coherencia, por lo menos en las actitudes. Las relaciones brotadas en la convivencia que los jóvenes entrevistados disfrutan en los ambientes de entretenimiento, como bares, festivales de música, que son territorios libres donde las conductas individuales y el ejercicio de la libertad se ejercen sin adscripción social, adquieren una trascendencia asumiendo la significación de *brodagem*. Este termo es relativo a las posturas de Compañerismo, de solidaridad que los adeptos del *mangue* mantienen entre sí, que los hace identificarse como una gran hermandad de asociaciones interpersonales intensas y efímeras.

El sentido del tribalismo que ocurre entre los *mangueboys* y las *manguegirls* no es igual a la estricta definición de los agrupamientos postmodernos europeos y norteamericanos, pues no se caracteriza ni por la misma estética, ni por los comportamientos uniformizados. Estas opciones mantienen estrecha relación entre sí, y indican que un criterio de ética pauta la visión de mundo de los jóvenes *mangue*, en la que resalta la **Fidelidad** como principio muy valorado por ellos. Podemos considerar como referencia para fortalecer esta opinión, la importancia que obtiene el valor Honestidad para el grupo de brasileños entrevistado por Álvaro Tamayo, en 1988, en que esta opción aparece como la tercera en escala, junto al valor Amor. La comparación es pertinente por los significados de los valores que construimos en nuestra investigación, que tienen proximidades con las definiciones de Tamayo, mismo considerando que el cuestionario que utilizamos difiere del suyo en las opciones presentadas a los encuestados.

Continuando la comparación de nuestros resultados con los de la investigación de Tamayo, el valor Placer, que para nosotros es **Disfrute de la vida**, está unido en importancia al valor Amistad (que corresponde a Compañerismo). La opción que tiene el sentido de hedonismo, es propia de una mentalidad

postmoderna, que es regida por la búsqueda de satisfacción de los sentidos, del placer en todas sus formas.

El placer sensorial es una opción llevada al extremo, como objetivo primordial del individuo narcisista, conforme relacionan Gilles Lipovetsky (1996) y Helena Béjar (1993). Bajo “la cultura del individualismo”, Béjar afirma que en las actitudes humanas ocurre el abandono de la esfera pública caracterizado por el alejamiento de la sociedad formal, y a asimilación de la esfera privada, en cuya individualidad o en la suma de individualidades grupales, el individuo se ampara. Mismo en sus relaciones más íntimas no llega a abrirse todo para sus iguales para no tornarse vulnerable. Entre los intereses individuales, el hedonismo se presenta como una faceta significativa, en que las sensaciones físicas que obtienen en relaciones transitorias o mismo las más permanentes, la obtención del placer intenso es lo que importa, que no produce lazos o compromisos (BÉJAR, 1993).

El valor **Fidelidad**, con la importancia que le atribuyeron los jóvenes *mangue*, complementa las evidencias presentes en los discursos, contradice esta apariencia postmoderna desencantada y reafirma la importancia de las relaciones interpersonales y el sentido ético de la preservación de los ideales y de los principios de lealtad individual y grupal. Esta visión de respeto a los otros, a sus semejantes, es consolidada en el largo grado de prestigio que se atribuye a la inmanencia de las cosas y de la valoración del *ser* sobre el *tener*, de la esencia de las personas sobre la apariencia y la ostentación que exhiben.

Esta actitud parece indicar el rechazo de la máxima popularizada por la mentalidad social corriente, deificada por la visión capitalista del mundo, irradiada por la comunicación mediática: *las personas valen por lo que aparecen, por los símbolos que ostentan, por el prestigio social que disfrutan*, que ha sido propuesta a los jóvenes en el rol de valores de la encuesta, con el rótulo de Importancia de la apariencia, y que obtuvo el mayor nivel de rechazo entre los adeptos del *Manguebeat* (0,61).

Otro valor percibido en el nivel 3 de las preferencias juveniles, vino confirmar la innovación de la mentalidad *mangue*: hablamos del valor **Transitoriedad** (*todo es transitorio, nada es definitivo: ni los gustos, ni los deseos, ni los sentimientos*), que

representa lo “ilimitado pluralismo”, marca registrada de la “generación cultural postmoderna”, sometida a estímulos individualistas del ambiente, que afirma que todo es válido en la búsqueda de la libertad. Como analiza Agnes Heller(1988:238), las actitudes generacionales son pautadas por estímulos de contextos históricos y ideológicos.

Mientras tanto, los seis valores indicados por los entrevistados, localizados en el nivel 1 como muy importantes no son los más característicos del individualismo postmoderno, en que la personalidad *pastiche* reina soberana, con su flexibilidad ilimitada a los cambios contextuales y con un poder infinito de adaptación, que parece tener para la juventud *mangue* una otra connotación. La importancia de estos valores para los jóvenes debe ser interpretada, también, como una inserción en los nuevos tiempos de cambios rápidos y continuos, producidos por las tecnologías informáticas y de la comunicación.

Para confirmar esta percepción, resaltamos el rechazo que los jóvenes demuestran a los valores **Vivir al día**, que aparece en el nivel jerárquico cinco, y **Superficialidad**, que es la opción menos aceptada. Es importante decir que esos dos valores son típicos de las tribus postmodernas, según el perfil del ser humano contemporáneo, esbozado por las teorías que presentamos en el marco teórico del Capítulo I. La transitoriedad de las relaciones interpersonales, así como la falta de perspectiva en el porvenir, el sentido de que puede no haber futuro para nadie y que, por lo tanto es imperioso aprovechar el presente, son aspectos predominantes de la personalidad individualista-hedonista que sobresale entre los individuos contemporáneos.

El concepto de que todo es cambiante, de que nada es definitivo, hace con que los individuos postmodernos establezcan relaciones sin profundidad y fluidas, no solo con el mundo circundante pero también en los contactos con las personas. Este patrón cognitivo repercutiría en el relajamiento de los lazos emocionales de las relaciones amorosas, de compañerismo y hasta mismo en la configuración de la sociedad familiar, lo que se contradice con el prestigio de los valores **Compañerismo** y **Fidelidad** en la formación de las actitudes de los entrevistados.

### **6.1.1. LA VALORIZACIÓN DE LA CULTURA LOCAL**

Una referencia especial debe ser hecha al valor Localismo, pues ocupa un lugar privilegiado en el imaginario juvenil, con una media significativa y en el nivel 1 de las preferencias axiológicas. También, como veremos en el análisis cualitativo de las hablas, este valor está presente en todo los discursos juveniles, unido a las principales referencias que los entrevistados apuntan como justificación para la atracción que ejerce sobre ellos el movimiento *Manguebeat*. La importancia atribuyida a este valor supone que la música, principalmente, es un elemento significativo pues resalta la importancia de las raíces culturales, funcionando como un vehículo para conducir y cristaliza este sentimiento gregario.

Los símbolos que son citados insistente en las letras de las canciones, las hablas de los autores en la prensa, que siempre destacan el sentido de pertenencia a la ciudad y su deseo de restituir su importancia ante el país, son elementos que favorecen la proliferación de posiciones localistas. El prestigio de la prevalencia del *local* sobre el *global* fundamenta una nueva ética, que parece generar en los jóvenes entrevistados un particular sentimiento de hacer parte de un lugar, de una patria, de una nación productora de elementos originales y únicos. Esto se revela en las hablas registradas en las respuestas de la pregunta abierta a través de la transmisión de los contenidos culturales, de las formas de hacer y de hablar, de las citaciones de particulares y significativas cosas cotidianas, sencillas, que son relacionadas a la reproducción de círculos solidarios y afectivos.

En Recife, ciudad con graves problemas sociales, que se cristalizan a lo largo de su historia, la degradación de la economía de la provincia, con la desestructuración de la industria de la caña, la principal fuente de ingresos públicos que ocupaba en el campo una larga población, las condiciones sociales negativas producen el éxodo rural de estas poblaciones para Recife. El caos que se instala en la ciudad, en los años noventa, hace con que sea considerada la cuarta pero ciudad del mundo en calidad de vida por una investigación de la ONU, conforme comentamos com anterioridad en este estudio.

Cuando la prensa divulgó los datos de ésta investigación éstos repercutieron en las autoridades que, a la vez de reconocer la gravedad de la situación local, utilizase de la ideología y de la publicidad para levantar el orgullo de los ciudadanos y deshacer la impresión causada por la divulgación científica. Esta campaña ha sido muy perniciosa pues proponía “el orgullo de ser pernambucano” sin crear condiciones para su justificación. <sup>130</sup>

El sentimiento localista que percibimos en los mensajes de las canciones mangue analizadas en el capítulo V, principalmente en las de la primera fase, es el de amor por la ciudad de Recife, de “ser pernambucano, ser recifense”, pero con una visión crítica que destaca también sus aspectos sociales e económicos negativos, para denunciarlos y contribuir para que sean solucionados y no camuflados.

Comprendemos que la identificación, definida como localismo (o regionalismo), que traduce una identidad determinada, peculiar que expresa la importancia de pertenecer a un espacio físico que abriga tradiciones culturales, sociales y un repertorio común de creencias. La ideología oficial, se vale de un repertorio de marcas que se inscriben en el *real*. Esta visión contribuye para cristalizar una identidad cultural utilizando de *verdades circunstanciales*, intentando que sus sentidos sean pautados, en cada individuo, por la asimilación de como estas condiciones y peculiaridades son representadas simbólicamente. La interpretación de estas falsas peculiaridades de la realidad, que son moldeadas para tener un apariencia de verdad, suelen ser interpretadas differently por sujetos distintos (HALL, 1998).

Sin embargo, mismo apuntando para las limitaciones de esta visión ofrecida por el poder, reconocemos que las formas convencionales de presentar el espacio físico-cultural en que las personas ejercen sus prácticas como un lugar idealizado, poseen un peso significativo para la localización emocional de los individuos, para el anclaje de su identidad, principalmente la de los jóvenes. Es a través de las representaciones de la nación como “una comunidad imaginada” que el individuo forma su personalidad. “La identidad es algo realmente formado a lo

---

<sup>130</sup> Sobre el tema, ver los artículos de DIARIO DE PERNAMBUCO, 05.1999 y DIÁRIO DE PERNAMBUCO, 30.06.2000, A6. La juventud y el simbolismo de la música *Maguebeat*: valores y Postmodernidad

largo del tiempo, a través de procesos inconscientes (...) Existe siempre algo ‘imaginario’ o fantaseado sobre su unidad” (HALL, 1998:38)

### **6.1.2. EL SIGNIFICADO DEL VALOR TRABAJO**

En segundo nivel de importancia en la jerarquía de valores juveniles está localizado, de forma aislada, el valor **Trabajo**, con media de 5,15. En el estudio de Tamayo (1994) sobre lo que comentamos anteriormente, este valor es el más importante en la mentalidad brasileña, evaluado con la misma definición conceptual que utilizamos en este estudio. Las diferencias entre los dos resultados pueden ser atribuidas a las características distintas en el perfil de los grupos entrevistados en las dos investigaciones: la de Tamayo fuera compuesta por profesores y universitarios, que presentaban edad media de 26 años, y que tenían experiencias profesionales. La muestra de nuestro estudio presenta 63,56% de los encuestados colocados en la faja de edad de 21 a 29 años y que dividen el tiempo entre el trabajo y el estudio, lo que puede definir una relación diferente con el trabajo.

La investigación de Álvaro Tamayo (1994) reveló que el **Trabajo** situase entre los valores a servicio de intereses colectivos, ya que objetiva la manutención de la familia. La tradición cultural occidental expresa esta definición, justificando con mucha énfasis el modelo competitivo que los patrones norteamericanos de valores prestigian. El valor **Trabajo**, para este paradigma, es asociado a la necesidad de obtener éxito personal y profesional, que se traduce en la obtención de riquezas y del consecuente prestigio social y financiero.

En los resultados de nuestra investigación, establecemos para el valor Trabajo tres interpretaciones, entre las veintiuna opciones presentadas a los entrevistados. La primera, que nombramos como **Práctica Utilitaria**, situada en la matriz de valores Integrados, era definida como *medio de ganar dinero y de obtener éxito social*. La segunda - a que llamamos de **Trabajo** - es el concepto utilizado por Álvaro Tamayo (1994) en el que resalta resaltan características más pragmática y ética, que lo define como *una forma digna de ganar la vida*. Situase el valor con esta definición como el séptimo en prestigio junto a los jóvenes, aislado en el nivel 2 de la jerarquía de las preferencias. La tercera concepción del trabajo asume una

connotación más idealista, que lo insiere como un valor de la matriz *Innovadora*, y lo define como *una forma de lograr la realización personal, que implica en hacerse lo que a uno le gusta y no debe ser pensado prioritariamente como un medio de lograr resultados materiales*. Esta opción fue llamada de **Idealismo Profesional**. Com esta versión, este valor se coloca en el nivel 1 de las preferencias, con media de 5,71 lo que revela la importancia del subjetivo sobre el material, y por el rechazo del utilitarismo calculista, lo que es confirmado claramente com la ubicación de la opción **Práctica Utilitaria** en uno de los últimos grados de la escala jerárquica, conforme está representado en la Figura 8.

En los nuevos tiempos, en que ocurren en todo el mundo cambios profundos en la naturaleza del trabajo, en consecuencias de la globalización, la significación simbólica de la inserción en el mercado laboral es un fuerte desafío para la juventud de todo el mundo. La percepción de esta realidad social la tuvo Amparo Serrano Pascual (1995), aun en el medio de la década pasada, y resaltamos que permanece actualizada pues esta situación no está resuelta en el inicio del siglo XXI. En el ambiente español para los jóvenes cuya la imposibilidad de inserirse en el mercado causa el continuismo de la dependencia psicosocial a los padres. Ésto origina del des prestigio de la juventud ante la sociedad de los adultos, contribuyendo para fragilizar una generación que tendrá de tomar decisiones individuales y sociales e el futuro. A través de la inclusión laboral se interioriza el sentido de pertenencia a un grupo más amplio que al de su edad, y emerge el significado de la auto - afirmación, del ejercicio de la libertad y de la personalidad adulta (PASCUAL, 1995).

El análisis realizado por Andrés Orizo (1995) registra que el trabajo para los jóvenes españoles es el único medio de supervivencia, de obtener aceptación social, lo que, por lo tanto, no puede ser dejado en las manos de la suerte. En este mismo estudio, los datos indican que la juventud española parece entender el poder transformador del trabajo para la sociedad y lo que representa para el desarrollo de su autonomía personal e individual, lo que es definido por los entrevistados como su mayor aspiración (ANDRÉS ORIZO, 1995).

Otra investigación realizada con el uso de metodología similar, aunque con otros objetivos – además de la jerarquía de los valores también pretendía conocer la

estructura motivacional presente entre profesores y alumnos, María Ros e Héctor M.Grad (1991), encontraron que, para el grupo de adultos el trabajo significaba trascendencia y abnegación, aspectos que se oponen a objetivos individualistas como: hedonismo, poder e autodeterminación. Mientras tanto, para el contingente juvenil no existiría incompatibilidad en obtener las metas personales a través del trabajo, lo que revelaron una forma de definir el acto de producción que es semejante a la preferida por nuestros entrevistados.

Observamos que la realidad actual de recesión de la economía brasileña determina condiciones sociales semejantes a las del contexto español, encontrada por los autores citados, que eran determinantes para alijar a los jóvenes del sistema productivo. En datos sobre la ocupación de los encuestados participantes de nuestra investigación sobre los valores, verificamos que 36,14% de ellos solo estudian. Este dato parece justificar la visión idealista sobre el trabajo que los jóvenes *mangue* revelaron, contribuyendo para la atribución del mayor escoré que este valor obtuvo entre las tres propuestas en el cuestionario.

Concluimos, después de estas consideraciones sobre la importancia el trabajo para la juventud *mangue*, que entre las definiciones que les son presentadas del trabajo, rechaza la que traduce una visión utilitarista, que lo señala como una forma de tener éxito, de ganar dinero y prestigio social. Queda claro que este valor tiene una significación en sus vidas, como medio de realización personal, una definición aunque idealista, pero que es también pragmática, pues lo consideran como la vía adecuada para supervivir dignamente.

Outro aspecto revela la valoración expresa en la jerarquía de las prioridades juveniles al valor Trabajo, contribuye para deslegitimar la imagen social negativa construida sobre las conductas de los *mangueboys* y las *manguegirls*. Los adeptos del *Manguebeat*, quizás por utilizaren conductas distintas de las esperadas socialmente, como forma de contestación tienen una imagen social negativa. Los sectores sociales más retrógrados interpretan sus actitudes y su estilo de vida libres de prejuicios y convencionalismos, como se no fueran individuos interesados en asumir responsabilidades o a curvarse ante las normas.

Esta imagen social de menosprecio es asimilada, hasta mismo por personas de la misma generación que los apuntan como individuos marginales, a quién no interesa desarrollar una actividad productiva. Además los acusan de mantener una proximidad íntima con las drogas, exclusivamente por la apariencia despojada que portan.<sup>131</sup> En contra esta imagen negativa de la sociedad, lo que percibimos en nuestro estudio es que los jóvenes *mangue* entrevistados, que valoraron el **Trabajo** en una posición destacada, la mayoría (51,82%) ejercían alguna actividad profesional, estudiando y trabajando.

### **6.1.3. EL RECHAZO DE LA MATRIZ INTEGRADA**

Situados en los últimos niveles (4 y 5) de las preferencias en la escala jerárquica, surgen los valores configurados como Integrados. Lo más puntuado es **Visión Utilitaria**, que subordina la conquista de conocimientos y de capacitación profesional al propósito de tener éxito en la vida, lo que indica una nítida relación con el modelo capitalista de valores. Una serie de estudios sobre la mentalidad norteamericana y sus variaciones, a través de décadas percibieron que en la escala de importancia, ha una ascensión de prioridades axiológicas que reflejan lo predominio de los valores personales como: Vida Confortable y Autorrealización, opciones que son estimuladas por la valoración del consumismo y del modelo competitivo de relaciones, que sugiere independencia.<sup>132</sup> Estos aspectos del paradigma occidental de visión de mundo son sinalizados, con el auxilio de la simbolización de las mercancías culturales, para todas las naciones, principalmente para las que siguen este patrón de civilización, entre las que se incluye Brasil.

Los otros dos valores que surgen en el nivel cuatro de la Figura 9, **Tradición** y **Respeto a las normas**, son parte constituyente de la matriz Integrada y tuvieron medias casi equivalentes (3,87 e 3,85). Estas opciones representan preocupaciones de ámbito colectivo, como por ejemplo, considerar que la tradición confiere armonía a la sociedad y subordinar la libertad personal a los derechos de los otros y a los límites impuestos por las normas sociales.

---

<sup>131</sup> Esta postura juvenil constatase en la investigación con los jóvenes recifenses sobre el Movimiento *Manguebeat*, a que y años referimos anteriormente MARKMAN, Rejane, 1999, Op. Cit.

<sup>132</sup> Entre los estudios citamos el de Rokeach y Ball-Rokeach, (1984), y el de Inglehart,R. (1985).

En coherencia con la posición atribuida a estas opciones, los jóvenes *Manguebeat* le señalaron al valor **Libertad Ilimitada** un modesto escore, lo que lo torna desprestigiado y situado abajo de los valores que defienden actitudes tradicionalistas. Suponemos que con esta posición, los jóvenes entrevistados revelaron una mentalidad racional, que no se alinea a la que es una práctica percibida entre los jóvenes brasileños actuales y mismo una cierta actitud basada en la tradición. El rechazo a éste valor se puede atribuir a que fue definido como *la libertad personal debe ser ilimitada*, lo que revela que los jóvenes reconocen la necesidad de límites a sus conductas sociales y inclusive individuales.

Esta postura sugiere una convergencia con el pensamiento de la juventud española, definida en el estudio de Andrés Orizo (1995). Mientras tanto, esta forma de pensar la libertad como un derecho inalienable de las acciones individuales, pero que éstas deben ser subordinadas a los derechos y a las reglas sociales, indica quizás que en la mentalidad de nuestros jóvenes entrevistados prevalece la solidariedad social como característica de actitud prioritaria entre sus principios. También se debe destacar que esta forma de percepción no parece ser la que prevalece entre la juventud brasileña de las clases privilegiadas, que no tiene límites a sus deseos.

Las normas educativas con las que las familias de la clase media alta en Brasil educan a sus hijos permiten a estos niños y chicos el ejercicio de la libertad sin grandes restricciones. Respeto al tema, Tania Zagury (1997) afirma que los padres, en nombre de una falsa pedagogía, basada en el principio de la *personalización*, al permitieren a los hijos la permisión de hacer todo lo que desean, los inducen a depreciar las formas de control y de imposición normativas, sustituyéndolas por sus deseos personales soberanos.

El *proceso de personalización*, que describimos en el Capítulo I, que se configura como praxis de una “*socialización disciplinaria*”, explica que los conceptos e las normas vigentes en el ambiente social, desestabilizan las verdades en que se funden los valores tradicionales de la sociedad que se tornan flojos. Además, en consecuencia de estos nuevos conceptos ascendentes surgen inéditas perspectivas y metas de legitimidad social, de carácter individualista.

Las normas consensuales o legales que son emanadas en dirección al cuerpo colectivo, pasan a ser definidas como “*tiranía de los detalles*”, como dominio exagerado y compulsivo del orden que es sustituido por el “*mínimo de cocción*” y el “*máximo de elecciones privadas*”. La austeridad y la represión social son sustituidas por el imperio del deseo y de la comprensión individual de las reglas que pasan a ser definidas individualmente, de acuerdo con el interés de cada individuo (LIPOVETSKY, 1996).

El ejercicio ilimitado de las sensaciones sin reflexión es propio del ser humano *fleble* que se aliena a los impulsos emocionales o sensitivos, que obedece a las consideraciones de su propia conveniencia que no son dictadas por la racionalidad (BEJÁR, 1993). Así, la nueva educación produce una generación de individuos que no adquieren el hábito de la obediencia por no serían contrariados por la familia y que pasan a esperar en la vida social las mismas regalías. Estas personas son predispuestas a lograr inmediatamente todas sus pretensiones (Inmediatismo), justificando que, como la vida es breve, todo debe ocurrir inmediatamente. Una de las consecuencias de esta tendencia se revela en la exacerbación de las actitudes de prepotencia y de desacato a los que no se doblan a sus deseos. Esta postura es apuntada por Tania Zagury (1997) entre los hijos de la clase media alta en Brasil - la élite social y económica- pero no se revela entre los adeptos del Manguebeat entrevistados que incluso atribuyen una media muy baja a un valor característico de estos jóvenes: Inmediatismo.

Las evidencias de la no-aceptación de actitudes individualistas-egoístas quedan más claras en la baja puntuación atribuida a los valores considerados postmodernos, como **Vivir al día**, **Apertura al nuevo** e **Inmediatez**, que aparecen en los últimos niveles de la escala jerárquica, equiparados a los valores que indican una mentalidad integrada, como **Éxito** y **Importancia de la apariencia**, que obtuvieron las medias más irrelevantes.

Con relación a los valores característicos de la mentalidad brasileña incluidos en muestra encuesta: el **Trabajo**, ya comentado, el ser **Espabilado** (usar todos las capacidades para superar las dificultades) y **Vanidad**, estos aparecen con prestigio inferior al que ocurre en el estudio de Álvaro Tamayo (1994). En esta

investigación, los datos revelaron que los valores postulados por el autor como peculiares a la cultura brasileña ocuparon posiciones jerárquicas superiores a otros tradicionalmente aceptados como modelos de comportamiento social deseable: Autoridad, Respeto a la tradición, Seguridad nacional, Riqueza, y otros. Resaltamos que, a demás de las diferencias de las características de los encuestados de los dos muestreos, las categorías de las matrices empleadas en nuestro cuestionario también eran distintas de las utilizadas por Tamayo.

Ésta interpretación revela como los entrevistados se posicionaron ante los valores brasileños: “Vanidad tiene como meta atingir prestigio y status social con fines de obtener control o dominio sobre los otros y el valor Espabilado es considerado como una forma de autorealización” (TAMAYO, 1994:278).

Consideramos que el rechazo entre los jóvenes *mangue* al valor **Vanidad**, difiere de la postura juvenil observada en el contexto brasileño, en el que la vanidad se revela en el culto al cuerpo, que amplia el mercado de las academias de gimnasia, de los salones de belleza y de las clínicas especializadas de tratamientos de rejuvenecimiento que proliferan en las ciudades brasileñas. La publicidad

contribuye para divulgar un modelo de estética que resalta la belleza, la juventud y la vanidad como blancos a serien perseguidos por personas de todas las edades, independiente del sexo.

El sentimiento narcisista, que exacerba el deseo de exhibirse, hace con que la juventud brasileña – principalmente las niñas – tenga como objeto del deseo penetrar en el mundo de la moda. En los grandes centro urbanos surgen escuelas de modelos, donde los clientes aprenden el secreto de como desfilar, de como comportarse ante las cámaras y se educan sobretodo a componer un visual más atractivo.

Entre las chicas, la edad de tornarse modelo profesional, por exigencia del mercado de moda es cada día menor. La media de edad de las candidatas en concursos de modelo en Francia, Italia, EE.UU. es de 16 a 18 años, mientras en

Brasil baja para solo 13 años.<sup>133</sup> Estas chicas son lanzadas en plena pubertad en un ambiente sofisticado y permisivo, cuando aun están en formación su carácter y su visión de mundo, y tienen muchas veces de convivir con situaciones peligrosas que pueden conducirlas a desviaciones irreparables en su personalidad.

La redactora jefe de una revista juvenil, “Capricho”, editada en Brasil, afirma que recibe cerca de 100 cartas por mes de adolescentes interesadas en ser modelo. La pretensión de las jóvenes es la de tornarse famosa por su belleza y la de hacer fortuna con la profesión, a ejemplo de unas pocas privilegiadas. Dijo la periodista que ha otras *profesiones* mitificadas por la media que también estimulan en el imaginario juvenil deseos semejantes, como ser danzarina de grupos musicales, presentadores de televisión, carreras en las que se puede obtener evidencia pública. Las jóvenes idealizan que el camino para atingir sus metas es rápido, fácil y muy compensador.

Lo que la media no divulga es el lado real de la vida de una profesional de la moda que no es solo *glamour* o facilidades. Las modelos deben, por imposición contractual, vivir lejos del convivo familiar, lo que les impone la gestión solitaria de su propia vida, en un ambiente hostil, poblado por tentaciones y desviaciones. Vivir solas en un país extranjero, gestionar las propias finanzas, tomar decisiones importantes, son actos que exigen grandes responsabilidades de personalidades en formación, que algunas veces pueden conducir a un estado de apatía o de individualismo desvirtuado.<sup>134</sup>

Esta postura narcisista motivada por la vanidad, que es común en el competitivo y cambiante mundo de la moda, prolifera entre la juventud brasileña en general y parece originarse del ejercicio de libertad extremada, transmitido por la educación familiar permisiva, conforme comentamos anteriormente, que autoriza a los jóvenes moradores en las áreas urbanas a tener dominio extremo sobre sus acciones.

---

<sup>133</sup> PINHEIRO, Daniela y OYAMA, Thaís, “Ursinho e salto alto”, reportaje en la revista Veja, edición 1606,año 32,nº28,14.06.1999, Rio de Janeiro, Editora Abril,(110-117).

<sup>134</sup> Apud, p.119.

## 6.2. LA INTERPRETACIÓN DE LOS DISCURSOS JUVENILES

El *corpus* que compone el material analizado se componen de estos 53 discursos, que revelan varias categorías entrelazadas. De algunos de los discursos son sacadas dos, as veces tres categorías. El total de registros en el análisis numérico es de 85 unidades, cuya frecuencia está expresa en la Figura 10, a continuación. En ella, están relacionados los porcentuales de las opciones definidas por los discursos juveniles.

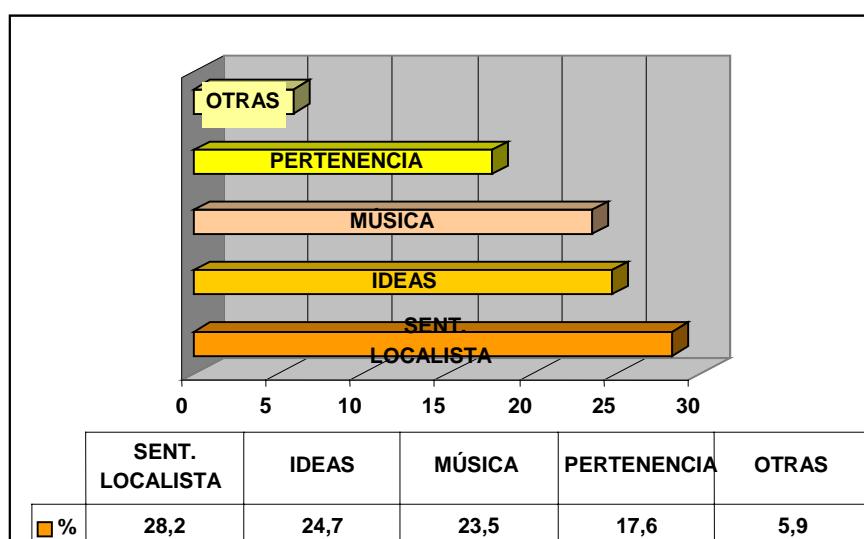
**FIGURA 10 – FACTORES QUE ATRAEN A LA JUVENTUD**

**HACÍA EL MOVIMIENTO MANGUEBEAT**

**(TABLA 9)**

FACTORES	No. ABLs	%
<b>SENT. LOCALISTA</b>	<b>24</b>	<b>28,2</b>
<b>IDEAS</b>	<b>21</b>	<b>24,7</b>
<b>MÚSICA</b>	<b>20</b>	<b>23,5</b>
<b>PERTENENCIA</b>	<b>15</b>	<b>17,6</b>
<b>OTRAS</b>	<b>6</b>	<b>5,9</b>
<b>TOTAL</b>	<b>85</b>	<b>100,0</b>

**REPRESENTACIÓN GRÁFICA DE LA FIGURA 10**



En acuerdo con la metodología definida para analizar las respuestas de los jóvenes entrevistados a la pregunta abierta, contenida em el instrumento de la encuesta: *Cuáles son los aspectos que te hacen identificarte com el movimiento Manguebeat?*, pasamos a analizar los datos , cuyos valores numéricos resultantes del análisis de contenidos com investigación realizado sobre los comentários de los entrevistados.

La hipótesis levantada sobre las características de *la identidad que la juventud construya con el Manguebeat* atribuya como factores más destacados el *sentimiento localista, el sentido de pertenencia y la naturaleza de las ideas político-ideológicas del movimiento*. Los dos primeros aspectos serían considerados presentes por el relieve que las hablas revelasen de los valores Localismo y Compañerismo, de forma semejante a la indicada em la jerarquía de valores resultante de la primera investigación, comentada en este capítulo.

Los textos de los discursos juveniles, cuantificados en la Figura 9, apuntan como factores que más indican la identificación con el *Manguebeat*, el *sentimento localista*, las *idéas*, la *música* y el *sentido de pertenencia*. Observase que ocurre un equilibrio entre los valores atribuidos a las variables, ya que las diferencias porcentuales en los discursos son irrelevantes, principalmente entre las categorías *ideas* y la *música*, cerca de 1,2%. Esta diferencia atribuimos al hecho de que las ideas en general son emitidas por la simbolización de la música, constituyéndose ésta más como un vehículo que conduce el simbolismo y que expone los pensamientos de los autores *mangue*. En ciertas expresiones discursivas la música es la respuesta, pero esta afirmación viene complementada con otro factor relativo a ideas, o al sentimiento localista, que también puede inducir a ser confundido con ideas (que no dejan de ser, pero con una definición distinta, según las categorías del análisis).

Entre las categorías más citadas para destacar el *sentimiento localista* tenemos las alusiones a la valoración de la cultura popular, que se completan en la admiración que los entrevistados revelan por la persistencia por la determinación de los artistas, que “*mismo sin incentivos de nadie, trabajan y enfrentan incomprendiciones para mostrar nuestra cultura*”. Los otros aspectos que aparecen

con destaque son: el recate cultural que es un de temas defendidos por el movimiento, incluso sugerido y estimulado entre los adeptos, como vehículo de fijación y consolidación de una identidad cultural local.

Sobre las *ideas*, vimos en los análisis del Capítulo V que las canciones son depositarias de las ideas defendidas por los compositores *mangue*, en las que están presentes las ideologías más caras a la juventud rebelde y que desea cambiar el mundo, o por lo menos, intenta decir a todos que hay muchas cosas equivocadas en las sociedades y que es preciso pensar un poco en ellas.

Cuanto a la opción *música*, ésta es el elemento que más sensibilización revela junto a la juventud. La significación que asume en los discursos, también pude sugerir que para muchos entrevistados lo que los atrae al movimiento nada tienen con sus ideas, o con su estilo. Pero, se consideramos el poder de impacto de la música, cómo afirman las teorías estudiadas anteriormente en este estudio, en cuya recepción los contenidos de los mensajes se tornan accesibles a las audiencias, podemos concluir que la identificación se produjo, quizás, por las ideas que el *Manguebeat* insinúa en sus canciones.<sup>135</sup>

La juventud, en esta fase de la vida, siente la necesidad de asociarse a personas que se les asemejan, de construir una identificación que produzca la pertenencia a alguno grupo de personas, a un lugar o a una ideal. Por lo tanto, no es extraño que la opción *pertenencia*, que se confunde con la *brodagem*, tenga un prestigio entre los jóvenes. Con porcentuales semejantes, los entrevistados asumieron la importancia del hibridismo realizado por las músicas *mangue*. Esta mezcla intencionalmente buscada, se constituye en una forma de preservar los componentes culturales locales, mismo utilizando los exógenos, traduce en un factor de actualidad, de innovación que torna el *Manguebeat* un polo de atracción para la juventud pernambucana de visión abierta.

Podemos concluir que los elementos más bien votados, en verdad, se tornan accesibles a través de la recepción de los contenidos musicales. Veamos, en el próximo apartado`` el significado de estos valores revelados en el análisis numérico,

---

<sup>135</sup> En Brasil, el término *música* define no sólo los sonidos como las letras. La definición de los entrevistados, por lo tanto, de la categoría música tuvo este sentido.

con la interpretación de los comentarios de los entrevistados, cuyos detalles son indicativos de las tendencias que revelan, lo que conduce a la comprensión del carácter de la identidad que esta juventud está construyendo.

El movimiento *Manguebeat* destacó para formar el núcleo divulgador de sus ideas, como discutimos en Capítulo V, algunos temas que tuvieron destaque y otros que se presentaron más recurrentes, lo que indicaba que causarían mayor impacto entre los adeptos del *mangue*. Preescrutando las huellas indicativas de los significados de las opiniones juveniles, inseríndolas en el contexto en lo que se producían, intentamos percibir los aspectos de la identificación juvenil y la importancia de la música, como fuente de mediación en esta comprensión. Analicemos los discursos, sencillos y cargados de significados, registrando con detalles sus significados para lograr la comprensión de la naturaleza de las mediaciones que la música aporta a la construcción de su identidad. La identidad personal es un elemento en permanente construcción ya que es sujeto a las experiencias que la trayectoria de vida hace surgir y que conduce en dirección al entendimiento de su propio *Yo*, de una identificación con el entorno y los individuos que lo llenan y de su papel como ser social.

Destacamos, en este apartado, los significados de los discursos, procurando entender el destaque numérico que obtuvieron en la Figura 9, relacionándolos con los elementos contextuales y con las características de los emitentes. La mayoría de ellos contienen más de una justificación sobre lo que hace la identificación con el *Manguebeat* o aparecen apenas una vez. Pero, coherente con la propuesta de análisis cualitativa, lo importante es *lo que aparece* en los discursos y *lo que explican y no cuantas veces aparecen*.

## LOS DISCURSOS

1. “*El mangue hace parte del contexto en que vivimos, generado por Chico Science*”
2. “*El mangue es un movimiento que es la cara se nuestra generación*”.
3. “*Es lo que somos hoy, con nuestros pensamientos, nuestras ideas, nuestra forma de ser*”.
4. “*Somos la generación de la libertad, de ideas libres y acciones libres.*”
5. “*El mangue, en los ambientes y en las ideas dame una sensación de libertad*”.

6. “Adoro el movimiento, porque no es convencional, por esto soy adepto”.
7. “La libertad de expresión y la energía que las músicas comunican”.
8. “Encontré en el Manguebeat una gran afinidad con mis pensamientos y es donde me divierto, aprendo y vivo”
9. “Me gusta la mezcla de las tribus, la unión de personas a las que les gustan la cultura local, con las que gustan de rock”.
10. “Me identifico con el Movimiento, pues los lugares que frequento tiene todo a ver con él. Las personas con las cuales yo convivo, las ideas y los ideales son diferentes del general. Son personas constructivas que luchan por un ideal”.
11. “Por la espontaneidad, donde ha apertura para la permuta de todos los valores posibles”.
12. “Porque el movimiento se identifica con mi modo de ser. En resumen, convivir con un grupo y sentirse bien consigo mismo”
13. “El Manguebeat habla de como ser pernambucano y recifense. El Movimiento habla de mi pueblo, mi tierra, traduce nuestra cultura y esto es muy bueno”.
14. “El orgullo de ser pernambucano. Saber que pertenezco a una ciudad que fue la cuña de este Movimiento”.
15. “Por ser pernambucana, me gustar de la cultura y de mi provincia, me encanta el Manguebeat”
16. “Las ideas de valorar la cultura pernambucana y de integrar a los artistas en una escena cultural rica y nuestra.”
17. “Soy pernambucano, por lo tanto me gustan las cosas de Pernambuco”.
18. “El Movimiento Manguebeat es típico de nuestro Nordeste, de las nuestras raíces, de las nuestras orígenes culturales”.
19. “Porque es una mezcla de los valores nordestinos que me atrae, ya que tengo una relación muy cercana con mi tierra”.
20. “El valor conferido por el mangue a la cultura pernambucana no necesita de ideas que vienen de afuera. Esto percibiese en la originalidad y en la total

*integración de todos los pernambucanos en la búsqueda de su propia identidad”.*

21. “La renovación de la escena pernambucana se impone con el surgimiento del Manguebeat, que pasó a catalizar las atenciones antes exclusiva del eje Rio-São Paulo”.

22. “A escena pernambucana necesitaba ser valorada. Nosotros no necesitamos depender de ellos para revelar al mundo nuestra riqueza cultural.”

23. “Me atrae la libertad de expresión del mangue, de compartir las ideas con los amigos”.

24. “Me gustan las músicas, pero no la moda, que no tienen mucho que ve con mi ambiente de trabajo y mi forma de ser”.

25. “Me gusta la moda. Siempre que voy a un espectáculo mangue, que me encantan, uso la moda mangue”.

26. Para ser adepto del mangue es necesario gustar de los mensajes sobre nuestra cultura y los problemas sociales existentes en nuestro contexto. No necesito vestirme como tal”

27. “La música es lo que más me atrae, la mezcla de ritmos, de batuque y el rescate cultural”.

28. “Lo que me encanta es la sonoridad que, al rescatar ritmos folclóricos mezclados con la música contemporánea, hace el mejor que ha surgido en la música brasileña en los años 90”.

29. “En mi opinión son las músicas, las ideas que sigo y los valores que atribuyo a ciertas cosas”

30. “¡El sonido del mangue, los símbolos culturales, la energía, el cangrejo!”

31. “Lo que me fascina en el Manguebeat es la originalidad de sus músicas, la total integración de todos los pernambucanos en la búsqueda de su propia identidad”.

31. “Me gusta mucho el estilo y las letras de las canciones, que hablan mucho de lo que hay en nuestra sociedad. La diversidad con que ellas hablan de los problemas de la ciudad de Recife”.

32. “A demás de las raíces culturales de la ciudad, la fuerte presencia de los ritmos”.

33 “Las músicas, realmente, no utilizan solo el rock, el hip-hop, mas dan un destaque especial al nuevo, a los elementos de Pernambuco, creando un sonido que tiene una identidad.”

34. “La cultura extraordinaria que ellos (los músicos) pasan, con sus batuques fuertes y su música armoniosa de los tambores, de la energía que transmiten, la fuerza de la voluntad y de la persistencia”.

35. “La mezcla de ritmos, el valor que es dado a la cultura local, la forma como la reinventaron, tiene la intención de construir una identidad globalizada, a partir de elementos regionales, de música y moda, lo que me encanta!”.

36. “!Toda escena pernambucana me atrae porque soy pernambucano y vivo en Pernambuco!”

37. “! Entre otros aspectos, lo que me hizo atraer al Manguebeat fue la música, el fortalecimiento de la cultura que despertó en mí el orgullo de ser fruto de la cultura pernambucana!”

38. “Las referencias a la cultura, de una forma general, y musicalmente, la escena actual. También me atrae la lucha de los idealizadores por crear el movimiento y poner en práctica sus convicciones, por ejemplo: difundir la música pernambucana”

39. “El Movimiento *Manguebeat* es típico de la región Nordeste, de nuestras raíces, de nuestros orígenes culturales, es una mezcla de los valores nordestinos y esto es lo que me atrae pues soy muy unido a mi tierra”.

40. “En mi opinión, lo que me atrae son las músicas, las ideas que sigo y los valores que atribuyo a ciertas cosas”.

41. “Admiro la filosofía *mangue* pues ella retrata los valores pernambucanos.”

42. “El movimiento saca bien nuestras raíces y divulga nuestra cultura”.

43. “Adoro la sencillez, la ausencia de normas y la complejidad y la variedad musical’.

44.“Me gusta la mezcla armónica de ritmos, y el abordaje de varias cuestiones locales, principalmente las sociales”.

45.“Ser adepto del *mangue* es vivir una nueva relación con la vida, encarándola como una diversión llevada a serio”.

46.“La pluralidad, el despojamiento y la mezcla de todos los estilos: su carácter heterogéneo”.

47.“Su preocupación cultural, el ritmo fuerte y las letras que hablan sobre la sociedad local”.

48.“La libertad de expresión y la energía que emana del *Manguebeat* así como la fusión de elementos locales con el mundo”.

49.“Me atrae la música y la idea de libertad de expresión así como el valor cultural, el amor a mi tierra, el sonido, la moda y los ideales”.

50.“Me atrae convivir con personas que tienen una forma de pensar libre, sin prejuicios y sin normas”.

51.“Lo que me atrae son los grupos, las ‘cabezas pensantes’ y la agitación que caracteriza el movimiento”

52. “Porque los veo como un grupo de amigos que comparten ideas entre ellas la libertad de expresión”.

Los discursos juveniles relacionados arriba dejan ver la importancia que las músicas *Manguebeat* tienen para los adeptos, revelando los factores de identidad que persiguen. Verificando el aspecto más recurrente en estos discursos, que llamamos de *sentimiento localista*, los elementos que lo indican en los discursos destacarse en las hablas 37, 38, 40, sólo como ejemplos, que mezclan más de un aspecto significativo, como el “rescate cultural”, explícitamente colocado, que vino a luz con las referencias a los símbolos imagéticos y ideológicos del movimiento (“el mangue, el cangrejo, los ritmos del folclore”), y las ideas que son significativas en la formación de la identidad de los entrevistados. Las citaciones evidencian la significación y la cristalización del sentimiento localista, de pertenecer a la tierra, *del orgullo de ser pernambucano*, que surge en consonancia con el relevo atribuido a este valor en la jerarquía estudiada.

El alarde que las hablas revelan de pertenecer a una cultura está registrado en algunas frases que destacamos en el discurso de los jóvenes entrevistados. Al mismo tiempo en que la juventud enaltece sus raíces y expresa una pasión local, revela que la tradición está involucrada con la noción de localismo y que el tema puede generar un lado negativo, pues expresa la negación, o el rechazo cultural. La mención que hacen a “los valores nordestinos”, la admiración a los idealizadores porque resaltan las cosas de la tierra, la insistente afirmación de que pertenecen a una “tierra”, es un dato tradicionalista revelador, que traduce la importancia de las nociones axiológicas que son pasadas por la socialización y que tienen significación como principios orientadores de las actitudes humanas.

El discurso juvenil es cargado de emociones y presenta reacciones de conflicto y de contradicción: de un lado apertura / cosmopolitismo y de otro la repetición de viejas emociones expresadas, como comentamos con anterioridad, en el sentimiento de sentirse discriminados por la región Centro-sur, prejuicio que es fruto de las desigualdades regionales que prevalecen en Brasil. Esta postura induce un *volverse para dentro*, muy propia de la cristalización de un regionalismo anticuado que reproduce principios conservadores de inferioridad.

Las diferencias regionales que provocan el *orgullo herido* de la gente que nace y que vive en Pernambuco, se originan principalmente de la forma discriminatoria con que los *sulistas*<sup>136</sup> reciben a los emigrantes nordestinos que huyen de la situación de pobreza y de desempleo proporcionada por la sequía periódica que asola la región. Esta actitud se origina de una teoría que el poder dominante diseminó, a lo largo de las décadas, de que las economías de los estados de la región Centro-sur mantiene con el Nordeste una postura paternalista de ayudas beneméritas, lo que perjudicaría la región más rica. Este centro dominante, que es un generador de riquezas, por esta actitud, define posiciones de adscripción<sup>137</sup> con

---

<sup>136</sup> La región Centro-sur, principalmente de Rio de Janeiro y São Paulo, es llamada perjorativamente de “Sur maravilla”, y sus habitantes son acuñados de *sulistas* por los moradores de las regiones más desfavorecidas del país. Este tratamiento es una reacción a la discriminación que sufren los sulistas, semejante a que es dirigida a los emigrantes de los países pobres por las poblaciones de los países receptores. Sobre la discriminación interestadual, ver PENNA, Maura, O que faz ser nordestino, Identidades sociais, interesses e o “escândalo” Erundina, 1994.

<sup>137</sup> Las condiciones económicas nordestinas, consecuencia de una estructura fundiaria basada en el sistema de latifundio improductivo, en el poder de los terratenientes y en la producción agrícola, hacían con que los habitantes rurales huyeran para los centro citadinos más ricos – el Centro-sur, en la búsqueda de empleos y de condiciones generales de vida mejores. Mientras tanto, en la actualidad, las políticas gubernamentales han contribuido para nacionalizar la miseria, haciendo con que en el imaginario nordestino la región Centro-sur sea vista como un el dorado.

la región Nordeste, lo que provoca la proliferación entre la población de esta región, de sentimientos de inferioridad y de revuelta.

En este contexto se insiere el caso específico de Pernambuco, que tiene su prestigio abalado ante el conjunto de los otros estados de la Federación Brasileña – como comentamos en el Capítulo III. Este sentimiento de desaliento está presente en algunos de los comentarios juveniles, de los que sublayamos los de número 20 y 22, que parecen fundamentar la significación del valor Localismo, de acuerdo con la importancia que asume en la jerarquía de valores ya comentada.

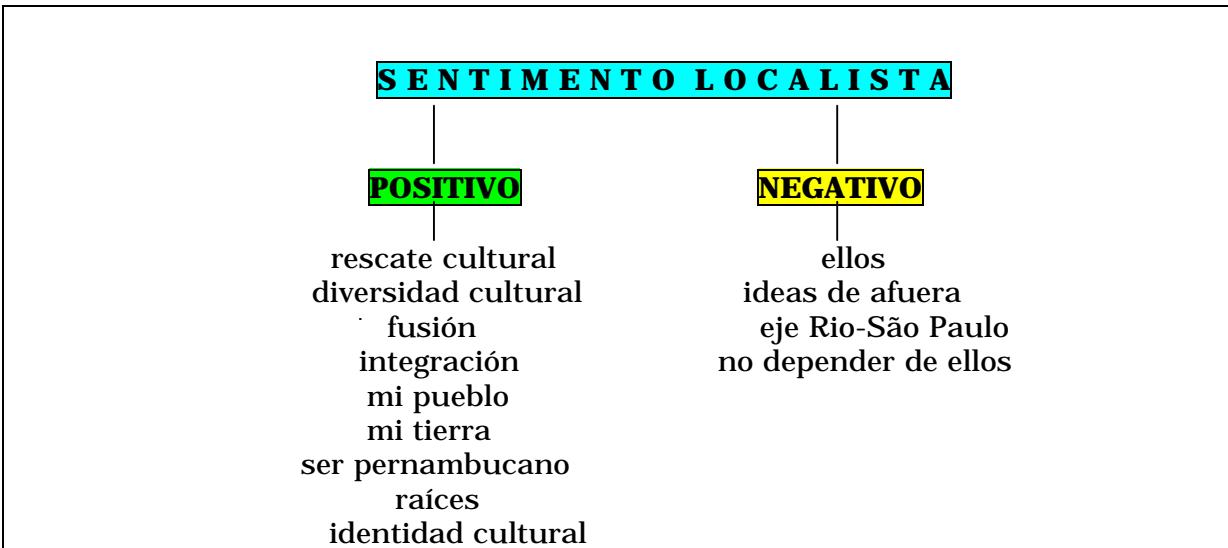
En el primer texto (de número 20) observase una expresión de delimitación de espacios, indicando la falta de un sentido de integración, de pertenencia a la nación brasileña como un todo, como a sobreponer la identidad regional ante la nacional: “ideas que viene de afuera”, indica un sentirse extranjero. Lo mismo sentimiento está presente en el segundo texto (de número 27) y en el siguiente que revelan claramente la ruptura presente en el imaginario juvenil local, “no necesitamos depender de ellos”, la oposición: *nosotros* y *ellos*, ambos partes de una sólo unidad, pero que está registrada como una dicotomía en el imaginario juvenil.

Las opiniones destacan la ausencia de aceptación de lo que es exógeno así como sobresale el deseo de que la región sea autónoma y que pueda generar y divulgar sus propios valores, lo que tiene la apariencia de afirmación de una identidad cultural única y original. Esta identidad que se relaciona a la aspiración de hacer de las formas de cultura local una creación auténtica, que represente una marca que identifique esta cultura, su principal indicador. A través de este reconocimiento nacional y hasta mundial, se podría rescatar la imagen negativa de la región en el concepto de la nación. Queda claro en los discursos que el elemento de promoción de este cambio de imagen es la producción cultural *Manguebeat*.

El lado negativo que citamos de la noción localista juvenil, está presente en algunas expresiones de los textos discursivos: de lo 13 al 22, en los que surgen expresiones como “orgullo de ser pernambucano”, “nuestra gente, mi tierra” o más radical como “no necesitamos depender de ellos”, “ideas de afuera”, que permiten percibir como se expresa en el imaginario juvenil el sentimiento localista, con connotaciones que figuran la falta de integración planteada por una visión radical,

que se asoma al cotidiano a través de otros discursos y que no se asemeja a las ideas defendidas por la música *mangue*. Las expresiones más destacadas, las reunimos esquemáticamente en la Figura a continuación:

**FIGURA 11 – PALABRAS QUE INDICAN  
EL SENTIMIENTO LOCALISTA**



Con relación a las *ideas*, considerado el segundo ítem más destacado, vemos una contradicción: al mismo tiempo en que la juventud enaltece sus raíces y expresa una pasión local, utilizando algunos pensamientos radicales, de rechazo al exógeno, revela que tiene una mentalidad abierta cuando indica interés y aceptación al hibridismo presente en las músicas, por las mezclas culturales intencionalmente elaboradas como marca del movimiento. El interés de apertura al *pop* es el de gestar una producción artística se extendiera más lejos de las fronteras nacionales, con una cara contemporánea y global. La coexistencia de estos dos aspectos de la identidad *mangue*, el tradicional y lo moderno se unen como una muestra de que las tendencias postmodernas están en la identidad que estos jóvenes construyen están anclados en la tradición.

Sin embargo, lo que revelase como factor más elocuente en la presencia discursiva representada por las ideas, son los *temas* esbozados por las letras de las canciones *mangue*, y las referencias explícitas al peso de estas ideas de los autores, expresas como *valores*. La verificación de que son estos elementos subjetivos, así

como la importancia destacada de los símbolos y de la cultura local, se lo puede constatar en algunos discursos como los de número: 3, 5, 7, 8, 10 y 14 y 41, este último que habla claramente de “las ideas que sigo, de los valores”. Lo que aproxima la juventud recifense del movimiento *Manguebeat*, parece comprobar que los elementos que lo compone son suficientemente atrayentes para inducir la formación de una visión de mundo en individuos que revelan condiciones y sentimientos suficientes para elaborar una respuesta a la provocación simbólica de las músicas. Veamos algunas de las hablas:

41.“Adoro la sencillez, la ausencia de normas y la complejidad y la variedad musical’.

47. “La pluralidad, el despojamiento y la mezcla de todos los estilos: su carácter heterogéneo”.

45. “Me gusta la mezcla armónica de ritmos, y el abordaje de varias cuestiones locales, principalmente las sociales”.

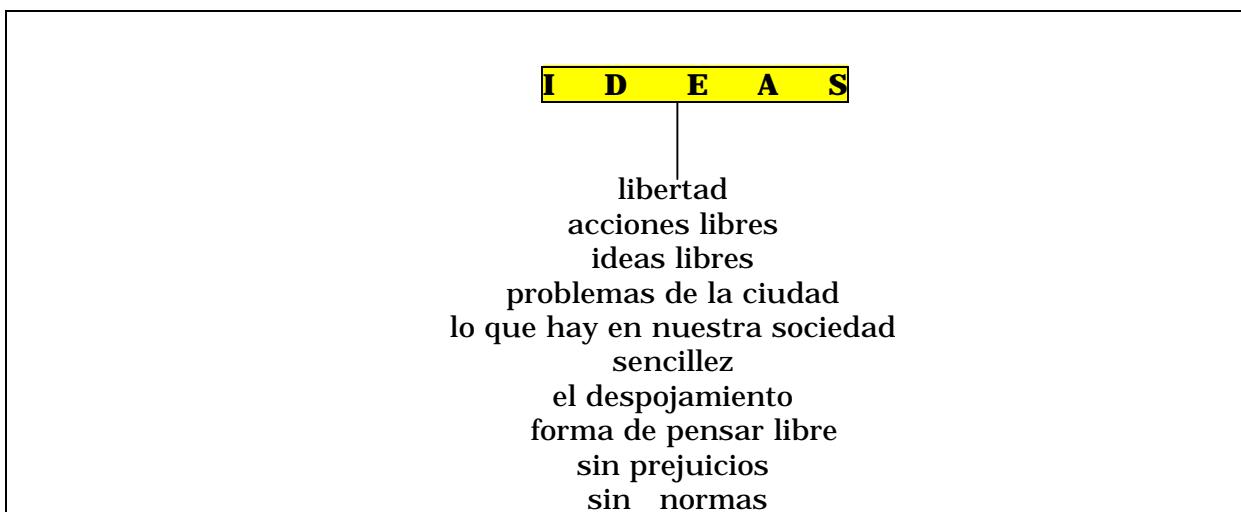
Los temas que causan mayor impacto en los jóvenes perecen ser la libertad de expresión personal, el vivir sin prejuicios y una cierta adhesión al concepto de Libertad ilimitada, que está en la expresión “la ausencia de normas” que los jóvenes identifican con las ideas del *Manguebeat*. La énfasis a los problemas sociales, en forma de denuncia de las condiciones de la ciudad y de la gente, en las letras de las canciones, también es considerada como ingrediente relevante, correspondiendo a las percepciones que tuvimos a través del análisis de contenido de las letras examinadas (Capítulo V). En este aspecto, no ocurre una correspondencia a la jerarquía de valores que apuntó a una posición de bajo prestigio al valor Libertad Ilimitada.

Sin embargo, otro factor revelase elocuente en la presencia discursiva, cristalizando la representatividad de las ideas. Hablamos de la presencia de valores, como Importancia de la esencia o Idealismo profesional, tan destacados en la encuesta de valores (apartado 5.3) que revelan la visión Redentora de la vida, en la recurrencia de expresiones en los textos que hace referencias al “despojamiento” a la “sencillez” que son pasado por las ideas *mangue* y que se percibe en las referencias al estilo de vivir de los adeptos y de los artistas.

Además, este estilo sencillo de vivir, que atribuye relevo a la naturaleza y a las cosas sin precio, son una de las marcas de la visión *hippie*, que detallamos en el Capítulo I y que también son percibidos en los temas esbozados por las letras de las canciones *mangue*. El peso de estas ideas, como elemento inductor en la formación de la identidad y de la percepción juvenil de la realidad, funciona como un patrón de valores en el que se mezclan la apertura al nuevo – representado por la intención de la música *mangue* de abrirse para un gran espectro de ritmos y de junciones y los sentidos locales.

Destacamos también, los siguientes temas, representantes de idéas, como presentes en los discursos: las denuncias de las condiciones sociales de un largo contingente poblacional de la ciudad, el sentido de libertad, la aceptación de la pluralidad de ideas que caracterizan la convivencia democracia entre los adeptos, que es una de las marcas del movimiento. Veamos la Figura 11, a continuación, la exposición de las principales expresiones con las que los discursos distinguen las ideas mangue. Sobre la importancia de la música, ítem destacado en tercero puesto de importancia numérica, ésta revela que la música realmente es un medio para que otros factores de identificación también importantes puedan tener relevo, conforme pasamos a comentar.

**FIGURA 12 – PALABRAS QUE INDICAN LAS IDEAS MANGUE**



Los discursos afirman que la música les encanta, relacionándola con los sonidos, la energía de los ritmos locales, la mezcla de sonidos que usa la base del *rock* con los *batuques* fuertes, la presencia de los instrumentos propios como los

tambores, “de sonidos que tienen una identidad”. Creemos que la importancia de la música está asociada al sentido de modernidad, de reconstrucción de lo tradicional con nueva ropa. En esta habla de Chico Sceince, apuntamos esta definición:

“La música es una cosa que tu reciclas. Usas el viejo para hacer el nuevo, usas el nuevo para hacer el viejo. Es un poco como la teoría del caos” (TELES, 1997:16).

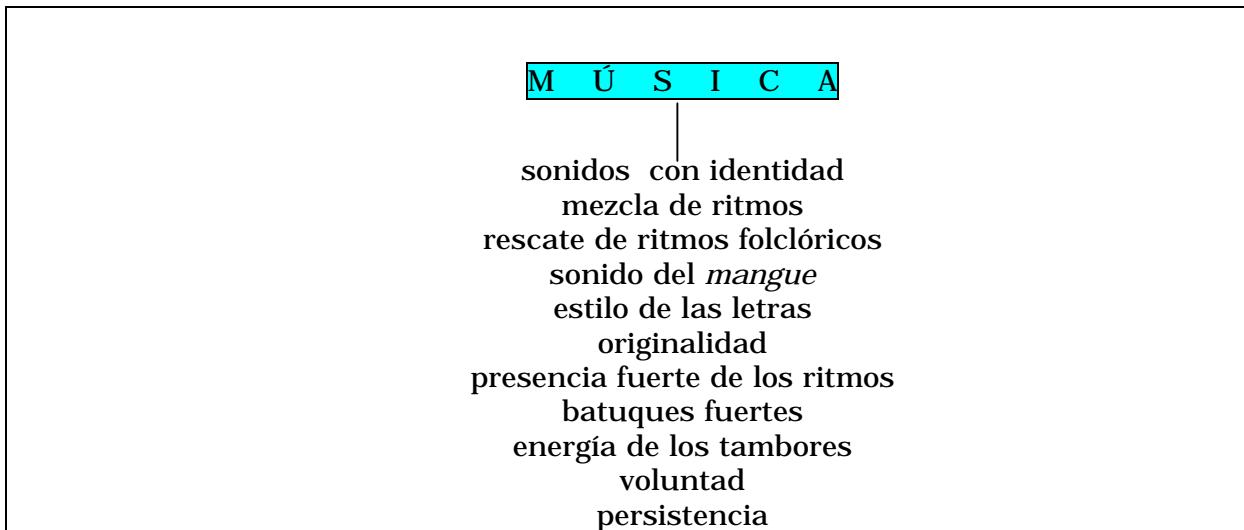
Entre los elementos discursivos con los que los jóvenes se expresan, respeto a la sensibilidad que les despierta las músicas *Manguebeat*, los exponemos en la Figura 12. En ellos están sentidos del contexto local, mezclados con ideas de rescate cultural, de valores, de estilo, con muchos aspectos que muestran la conexión con otros sentidos como ideas, localismo, la postura de los artistas de persistencia para alcanzar sus objetivos, en que se asocia a la resistencia social y de los medios de masas locales de no divulgar las músicas *mangue*.

Las hablas sobre la música como expresión más atrayente, revelan la visión dualista, ya percibida en el análisis de localismo, que se deja ver en el uso de expresiones múltiples, pinzadas en los textos, como peculiares a la música, entre las cuales destacamos: *música típica*, *nuestras raíces*, *rescate cultural*, *renovación de la escena cultural pernambucana*, que son relacionados a las cuestiones locales, que asociase a otras como: la *fusión de elementos culturales*, *integración con el mundo*, *divulgación mundial*, características de una perspectiva más abierta. Estas expresiones son utilizadas cuando los jóvenes hablan de su contexto local y de la actuación del *mangue* para revelar al Brasil y al mundo su diversidad cultural. La resonancia de este sentimiento en los entrevistados está relatada en frases que dicen respeto a la actuación de movimiento en la protesta contra esta posición

La referencia a la valoración de la cultura popular presente en la música se completa en la admiración que los textos evidencian, por la persistencia y la determinación de los artistas que “mismo sin incentivos de nadie, trabajan y enfrentan incomprendiciones para mostrar nuestra cultura”. Todo estos datos están relacionados y se remiten al contexto circundante, económico y social, que es representado bajo la forma de contestación, por las canciones. Consideramos que estas ideas que están unidas en las letras de las canciones impresionan la juventud que no las definen como exclusivamente un género de música, para oír y

entretenerte, pero como contenidos para conjeturar sobre la realidad. Este es un valor agregado a los mensajes *mangue*, que lo distingue de otras formas musicales. Miremos ahora, la síntesis de los aspectos comentados en la Figura 12.

**FIGURA 13 - PALABRAS QUE INDICAN  
LA IDENTIFICACIÓN CON LA MÚSICA**



En esta figura, nos ha sido dado percibir que, entre las palabras más destacados en la interpretación de los discursos se destaca el sentido de pertenencia y que complementa los otros aspectos que tienen coherencia con los datos cuantitativos apuntados anteriormente. La necesidad de pertenecer a un grupo, a un contingente social o a una nación es la realización que todo joven aspira, de sentirse integrado, de realizar la aspiración de solidaridad, de compartir ideas y aspiraciones, sentimientos que hacen parte del ser social que todos los humanos llevan adentro de sus inconscientes. En este sentido se complementa la importancia del valor Compañerismo, apuntado por los datos numéricos de la jerarquía de valores realizada como el más importante.

Los sentidos apuntan en dirección a que definen el *Manguebeat* como un espacio social y simbólico específico de la juventud (vide las hablas 2,3,4,8,12,23 y 24). La presencia frecuente del vocablo *generación*, que aparece repetidas veces en los discursos de los entrevistados, revela la visión de esta exclusividad, y los locales en que se encuentran como un *gueto* en el que ha libertad de expresarse, de asumir posturas libres y espontáneas generan una identificación: “el mangue es

nuestra cara". La juventud es el tiempo en la vida en que los individuos desean estar con sus iguales, que parecen tener las mismas inquietudes, las mismas aspiraciones y deseos. Necesitan de realizar descubiertas, de fomentar creencias que las van buscar fuera del patrón impuesto por la generación anterior a la suya, que no acompaña con tanta velocidad los cambios. Esta búsqueda es percibida en las hablas, que consideran que el Manguebeat posibilita nuevas descubiertas y sus mensajes se dirigen a ellos como público-blanco: "*El mangue tiene una gran afinidad con mis pensamientos y es donde me divierto, aprendo y vivo*" (Discurso 8).

Estas afirmaciones se mezclan con la importancia de otro valor, Libertad ilimitada, que tuvo un escore inexpresivo de 3,54 en el mismo análisis de la jerarquía de valores juveniles. La libertad está asociada a los locales que son frecuentados por los adeptos del *mangue*, en que la espontaneidad se confunde en los discursos con "libertad de expresión", ideas que son compartidas y que dan "una sensación de libertad" (vide hablas 4,5,23,49,50,51 y 53).

Esta vivencia franca y abierta es lo que a los jóvenes más importa y es un estado que les posibilita hacer experiencias nuevas y de algunas veces, repetirlas en la vida cotidiana, lo que les aporta la censura de segmentos más formales de la sociedad.

Esta actitud hace con que el grupo se cierre en un bloc para protegerse, lo que hace brotar y multiplicar la solidariedad, necesaria a la supervivencia del grupo. Las subculturas de vanguardia son grupos compactos, formados por una cantidad pequeña de gente, aspecto que produce una solidariedad mayor y también un mayor control intergrupal. Para afrontaren la censura de la sociedad circundante, tiran su fuerza de cohesión de estas características. Identificamos en esta producción de relaciones lo que los textos juveniles traducen, pues al declararse adeptos de mangue, se sienten apoyados a enfrentar el control más restricto (de la familia) y más amplio (de la sociedad).

Veamos las expresiones pinzadas de los discursos que mejor revelan estas percepciones sobre el sentido de pertenencia de los jóvenes mangue, en lo que llamamos de Figura 14.

**FIGURA 14 – PALABRAS QUE EXPRESAN  
EL SENTIDO DE PERTENENCIA**



La lectura de los contenidos discursivos juveniles, conduce a conclusiones sobre las peculiaridades percibidas de la identidad *manguebeat*, en que se destacan: (1) la importancia de la musicalidad, construida a partir del rescate de los componentes locales, de las raíces culturales que generan un producto híbrido, fruto de la apropiación de ritmos e del uso de palabras de contenido global, en el que no ocurre la adscripción de las formas nativas; (2) la significación del rescate intencional de la cultura pernambucana, que hace nacer la auto estima, el sentimiento localista; (3) la importancia de ideas, de valores que construyen una nueva concepción de actitudes ante la vida, en la que se distingue la libertad, el despertar para las preocupaciones sociales del contexto, la apertura a una visión contemporánea; 4) nuevas socialidades, inéditos relaciones entre personas y el entorno físico, material y la valorización de las cosas sencillas y despojadas.

En otras palabras, la adopción de las ideas mangue dice respeto a una forma de pensar la cultura, de conducirse en las relaciones interpersonales, de desarrollar actitudes ante las cosas y de las personas, en la que se destaca el prestigio de aspectos subjetivos, afectivos, idealistas y hedonistas, que se traducen en una postura *ecológica* y *redentora*, que los jóvenes definen como la “filosófica mangue”, como está impreso en el discurso 41. Las declaraciones en los textos de los entrevistados en la investigación de contenidos, conforme veremos en el

apartado 5.3., confirman la afirmación de Maffesoli(1996), que sostiene que las la intimidad que los individuos jóvenes construyen en los tiempos actuales, deja patente la necesidad de compartir emociones y afectos, actitud que continúa a ser inherente a la naturaleza humana. Percibiese en estas hablas el sentido de pertenencia, la necesidad de pertenecer a un colectivo, dentro del cual se pueda sentirse bien, de participar de una vida grupal que les permita ser espontáneo, de intercambiar valores y experiencias.

Los elementos discursivos que brotan de los textos elaborados por los jóvenes entrevistados, refuerzan el escore máximo atribuido por ellos al valor Compañerismo, a la *galera*, a la sensación de libertad que representa estar junto a sus semejantes, de solidarizarse y de encontrar elementos de identificación capaces de producir una integración a un colectivo, libre de obligaciones o de control, lo que no es propio en las relaciones que los individuos mantienen con la realidad social.

### **6.2.1. LOS VALORES MANGUEBEAT Y LOS VALORES JUVENILES**

Después de verificar los valores que se destacan en las letras de las canciones mangue y de obtener percepciones sobre los elementos axiológicos que lucen en el imaginario juvenil y que inducen a una identificación con estos referenciales, consideramos importante aportarmos nuestras consideraciones sobre el fenómeno, apuntando los aspectos que nos parecen significativos. Con la intención de cotejar los dos tipos de valores, juzgamos que sería indicativo destacarlos en un gráfico, presentado a continuación, que pone en relevancia estas preferencias.

Para aportarmos algunas conclusiones sobre la relación estudiada, debemos dejar claro que, en última estancia ésta es la de la juventud con la música *mangue*, y que, por lo tanto, necesitamos entender la elaboración de un tipo de representación de la realidad local (de la música), que producen y hacen circular significados en contextos sociales, en los que funciona como una mediación entre las audiencias juveniles y su entorno.

La acción de simbolizar es un acto de emitir significados en ambientes en los que circulan discursos variados que concurren con otros sentidos producidos, muchos de ellos antagónicos. Por lo tanto, los discursos de la música pueden encontrar posiciones de resistencias a asimilación literal de sus mensajes ante la negociación que realiza la cognición y las creencias individuales. Estas sugerencias se confrontan con representaciones y alegorías del mundo real, que se entrelazan con contenidos culturales elaborados en el cotidiano, y el resultado de la negociación hace brotar nuevas perspectivas interpretativas de la realidad.

Las mediaciones son siempre circunstanciales, a la vez que son analizadas por las poderosas inducciones procesadas por los contextos individuales, que contienen experiencias únicas y un repertorio interpretativo también exclusivo. Estas barreras cognitivas son trincheras que defienden el territorio del *pattern* de valores emitido por el ambiente social y los evalúa como forma de control individual.

Sin embargo, mismo considerando las limitaciones que las sugerencias masivas producen, que están sujetas a muchas interferencias de variados orígenes, reconocemos su poder mediador sobre un segmento en formación como es la juventud. De acuerdo con esta visión, hemos confrontado los valores percibidos en los discursos de las canciones analizadas con la preferencia revelada por la juventud ante las alternativas axiológicas ofrecidas en las investigaciones realizadas.

Consideramos, también, que las mediaciones propuestas por la música *mangue* sería representada por los valores. Estos componentes simbólicos expresan la visión de mundo con la que miramos la realidad cotidiana y recuremos a ellos para entender, a partir de los mensajes, cómo la música intenta acercarse al real con sentidos que son sugeridos a las audiencias, conforme afirman los autores que relacionamos a lo largo de este trabajo, cuando definimos valores.

Sobre el gráfico de la Figura 15, los datos expuestos resulten de metodologías diferentes, ya que los objetos investigados eran también distintos, revelan el sentido de las prioridades conferidas a los valores, en forma de análisis de

frecuencias que son revelados en cada una de las técnicas aplicadas, y que en la figura representativa que compara los resultados son apuntados por la importancia numérica indicada por los datos resultante de los cálculos desarrollados, en orden decreciente, (el de mayor puntuación es igual a 12 y el de menor es igual a 1).

Sin embargo, aunque no revelen la misma importancia, los valores más prestigiados se acercan numéricamente, en los porcentajes encontrados en la opinión de los jóvenes entrevistados y en las veces en que se han identificados en las canciones, lo que nos lleva a suponer que el simbolismo que revelan las músicas es capturado por las audiencias, que asumen su adhesión a los elementos del discurso *mangue*, principalmente en lo que se refiere a algunos aspectos esenciales en ellos.

Considerando los seis valores principales en las letras de las canciones (**Localismo, Libertad ilimitada, Disfrute de la vida, Compañerismo, Apertura al nuevo y Importancia de la esencia**), las opciones **Libertad ilimitada, y Apertura al nuevo** no presentan relieve en la mentalidad de la juventud. Estos son valores que las letras expresan rasgos más radicales de la mentalidad postmoderna, que como comentamos anteriormente se revelan en el patrón de valores emitido por las canciones.

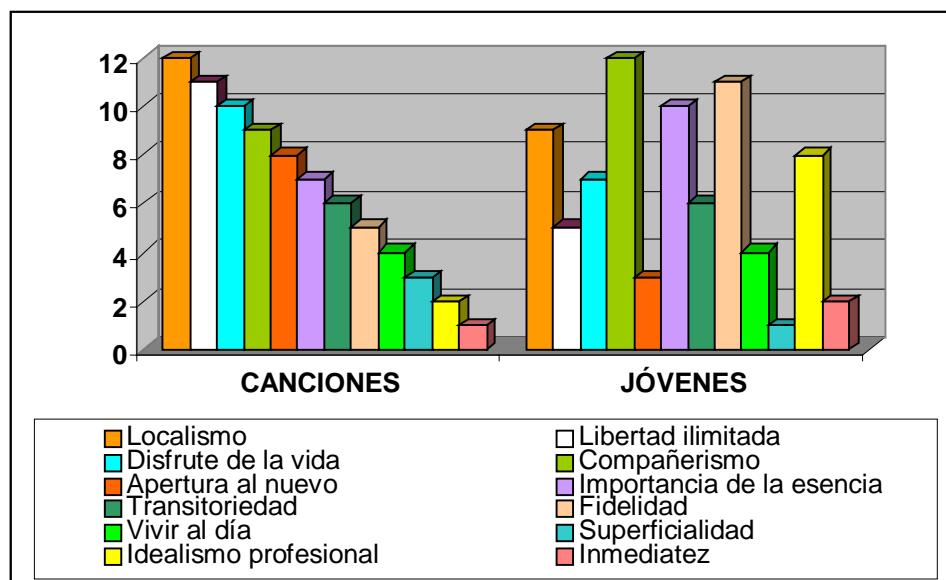
Las opciones comunes a los dos grupos (**Compañerismo, Disfrute de la vida, Prioridad de la esencia y Localismo**), que las podemos localizar en la Figura 14, indican una mentalidad formada en el sentido de pertenencia, entre las cuales se insiere la importancia de pertenecer a una cultura, una patria, lo que le confiera identidad. También son parte de esta visión de la vida, la valorización de las amistades y de lo convivo con sus iguales, con los cuales desean disfrutar de la vida con intensidad, mirando con forma despegada a los aspectos materiales y valorando las cosas intrínsecas espirituales.

**FIGURA 15 – LA IMPORTANCIA DE LOS VALORES  
EN LAS CANCIONES Y PARA LA JUVENTUD (TABLA 10)**

VALORES	CANCIONES	JÓVENES
<b>Localismo</b>	<b>12</b>	<b>9</b>
<b>Libertad ilimitada</b>	<b>11</b>	<b>5</b>
<b>Disfrute de la vida</b>	<b>10</b>	<b>7</b>
<b>Compañerismo</b>	<b>9</b>	<b>12</b>
<b>Apertura al nuevo</b>	<b>8</b>	<b>3</b>
<b>Importancia de la esencia</b>	<b>7</b>	<b>10</b>
<b>Transitoriedad</b>	<b>6</b>	<b>6</b>
<b>Fidelidad</b>	<b>5</b>	<b>11</b>
<b>Vivir al día</b>	<b>4</b>	<b>4</b>
<b>Superficialidad</b>	<b>3</b>	<b>1</b>
<b>Idealismo profesional</b>	<b>2</b>	<b>8</b>
<b>Inmediatez</b>	<b>1</b>	<b>2</b>

Nota: Consideramos 12 el valor más importante y 1 el menos importante, de acuerdo con los valores en las tablas correspondientes.

**REPRESENTACIÓN GRÁFICA DE LA TABLA 10**



Esta es una identidad que tienen puntos de proximidad con la visión *Redentora*, que comporta actitudes más relajadas por parte de los seres humanos contemporáneos ante la realidad y los desafíos cotidianos. Un individuo que retorna

a la naturaleza, al ejercicio de relaciones sociales más solidarias, que confiere importancia a las cosas simples, cotidianas, propias de una visión provinciana y local.

Las ideas que fundamentan esta perspectiva humanista son las que están directamente en consonancia con la versión ecológica de retorno a la naturaleza, que inspiraron a la juventud contestataria de los años sesenta y setenta, de donde se originaron las subculturas juveniles contraculturales, a ejemplo de los *hippies*, que pregonaban paz y amor, y de los *punks*, estos más tarde, que en medio de la violencia contestataria proponían nuevas estructuraciones sociales.

En la proximidad que se observa en la Figura 15, en el tronco común de los valores que los dos grupos revelan, inferimos que ocurre una aceptación de la propuesta simbólica de la música *mangue* por el imaginario de sus jóvenes audiencias. La coincidencia de la importancia concedida a cuatro entre los seis valores destacados, nos parece una evidencia suficiente para indicar la proximidad de las dos visiones. Sin embargo, nos parece también, que este asentimiento juvenil se realiza de forma consciente, sometida a una negociación con los “modelos en la memoria” de los adeptos, en los que están presentes valores sociales tradicionalistas que se confrontan con algunos aspectos de la mentalidad *mangue* divulgadas por las canciones, que son rechazados por los jóvenes.

Para poner de manifiesto esta percepción, juzgamos necesario ampliar nuestras consideraciones, cotejando las diferencias que las jerarquías construidas manifiestan, para entender sus raíces. Hablamos de los valores que no son contemplados como comunes a las dos visiones y que apuntan en direcciones divergentes, evidenciando otros aspectos de cada una de las mentalidades cotejadas. Para tanto, analicemos lo que indican estos valores en los datos aportados de las canciones y de la encuesta con los jóvenes.

### 6.3. REFLEXIONES SOBRE LA IDENTIDAD MANGUE

Los rasgos de la mentalidad *Manguebeat*, que los textos de las canciones desvelan, coinciden con los objetivos pregonado insistentemente por las hablas de sus idealizadores, que afirman que la hibridación cultural que realizan pretende rescatar la cultura popular local de su anonimato y hacer lucir otra vez, la importancia cultural de Pernambuco, divulgando al país y al mundo la riqueza de sus manifestaciones culturales. Esta perspectiva revelase en la presencia del valor Localismo en primer lugar, junto a otros colocados entre los seis más destacados que son: **Libertad ilimitada, Disfrute de la vida, Apertura al nuevo, Compañerismo e Importancia de la esencia.**

Estos valores, al mismo tiempo en que evidencian la presencia de una visión siempre abierta a la aceptación de las novedades en actitudes y conductas, a la búsqueda de sorber la vida en grandes tragos, en completa libertad de acciones, supone la elaboración en los mensajes, de un sentido más ameno, de integración interpersonal y con la preocupación con un lado espiritual y trascendente de la realidad. Los *mangueboys* (como se acuñan a los compositores), exaltan en sus declaraciones en entrevistas la postura de defensa de la libertad personal, que también definen como la actitud de no someterse a la dominación de la industria fonográfica, preservando los objetivos trazados y la libertad de criticar en las letras las instituciones del sistema. Se puede localizar en estas posturas libres ante la sociedad formal, estratificada e institucional, como una herencia de las influencias filosofías contestatarias que rellenaban sus imaginarios y los lanzaban a hacer en Recife, una ciudad tradicional, un tipo de música con un tono avanzado, como era el *punk-rock* en los años setenta, que surgía como una alternativa postmoderna al *rock*, que suponían superado.

Concepciones contraculturales como esta eran asumidas por la juventud desde los años sesenta, y tenían un origen común: las ideas *beats* que atribuyan a la libertad una valoración diferenciada, bien en los moldes que la música *pop* pregonaba en sus discursos musicales, corroborados con las actitudes y conductas de los ídolos que tienen una repercusión internacional, poblando el imaginario de un ejército de adeptos juveniles. Del concepto libertario diseñado por estos pioneros,

derivaron con nuevas configuraciones el pacifismo *hippie* y la visión individualista – hedonista del *punk*, dirigidas a la protesta social, conforme apuntamos en el análisis de las letras.

Las opciones de la matriz Innovadora, que hipotéticamente consideramos que traducen la mentalidad *Manguebeat*, postmoderna y innovadora, se alinean a la perspectiva *pop*, de la visión *Desencantada*, antagónica a la *Redentora* ( ver Capítulo I), representada por los valores: **Transitoriedad, Superficialidad, Vivir al día**, a demás de **Libertad ilimitada** y **Apertura al nuevo**. Sin embargo, los valores tres primeros valores son los que más se asocian al individualismo postmoderno, convertido en *narcisista*, que ha sido tema de muchas interpretaciones teóricas.

Consideramos que éstos no son muy representativos en la mentalidad *mangue*, por los bajos porcentuales que revelan los contenidos, que atribuyeron respectivamente a estas opciones los últimos niveles de importancia, conforme podemos ver en la Figura 8, en el análisis del Capítulo V. Diferentemente de lo que ocurre con la perspectiva destacada de valores que indican el deseo libertario de buscar el nuevo, el inédito, presentes con relevo en las composiciones, cuando revelan la presencia de la marihuana en su cotidiano( canción Macô, que es marihuana) o cuando asocian la criminalidad como una forma de protesta del lumen, dominado y masacrado por los sectores económicos y sociales dominantes.

Además, el deseo de libertad y la búsqueda por el nuevo se disocian de la desesperanza *pop* en la que se incluyen los componentes del *individualismo negativo*, que pregonan el aislamiento de los individuos en una armadura, la transitoriedad de las actitudes ante las relaciones sociales y los amores, la superficialidad con que mantienen estas relaciones para preservar el individualismo, secundados por un ansia extremada de los que puede sacar del presente por no creer en el porvenir.

Las actitudes de defensa a la integración interpersonal y al individualismo egoísta no las localizamos en la mentalidad *mangue*, por el peso insignificante que asumen las opciones **Superficialidad, Transitoriedad y Vivir al día** entre los valores identificados en las canciones. Colabora con esta asertiva la sugerión de posturas propias de actitudes solidarias y participativas que destacan aspectos

representativos de preocupaciones sociales y que valoriza la convivencia fraterna. Estos contenidos afloran en la presencia de los valores **Compañerismo** y **Importancia de la esencia**, entre los rasgos más recurrentes. Ejemplificamos con algunos versos recogidos que indican la importancia a las cosas y a las posturas trascendentales que es una de las características de estos dos valores:

“Esta noche saldré con mis amigos  
Y con las alas que los buitres me dieron  
Volaré por toda la periferia” (“Manguetown”)

“Recife, ciudad del mangue,  
Incrustada en la lama de los manglares,  
Donde están los hombres-cangrejos  
Mi cuerda acostumbra salir de andada” (“Antene-se”)<sup>138</sup>

“El orgullo, la arrogancia y la gloria  
Llenan la imaginación de dominio  
Son demonios los que destruyen el poder  
Bravío de la humanidad” (Monólogo al pie del oído”)

“En la sociedad de consumo / la selección es deshumana  
Ha que ser un buen producto  
Ya que la gran intención  
es monopolizar” (Concurra a un coche”)

“Nuestro combustible es sólo sonidos  
No aquel contaminado que las amas de casa  
disputan en los escaparates de ofertas  
de los grandes magazines  
incorporados porque ya lo oirán  
miles de veces” (“Batedores”)

Creemos que estas sugerencias son significativas para seducir a los jóvenes y para moldear la identificación que mantienen con el movimiento *Manguebeat*. Es necesario añadir que los valores de los textos *mangue* revelan otra característica impactante de la postmodernidad, relacionada a la tecnología, principalmente la de la comunicación.

La postmodernidad también está presente a través de referencias a las tecnologías en los versos “Computadores hacen arte, artistas hacen dinero” (dw Fred Zero4) y en otra que asume una posición política de denuncia, en la canción de Nação Zumbi: “Voy procurar un proveedor, hacer un reparo en mi pantalla,

---

<sup>138</sup> *Corda* significa un montón de cangrejos juntos, la metáfora asocia los cangrejos con los jóvenes que forman un grupo. Los cangrejos que quedan “de andada”, cuando en noches de tempestades salen de sus agujeros y vagan por el manglar, sin dirección.

deseo enviar un *e-mail* de amor..." que alegóricamente relaciona el sentimiento a la frialdad de la tecnología, las relaciones virtuales que el ordenador sugiere. Por otra punta, la propuesta musical revela proximidades con las producciones de la música *tecno* o *jungle*, formulaciones inéditas de la cultura contemporánea. Éstas conforman las nuevas posturas de la juventud de las *raves parties*: "Cerebros de multicolores emiten lejos..." versos que hacen referencia al mundo de la droga del desreglamento sexual, que están presentes en estos territorios libres.

La música *Manguebeat* revela en sus composiciones la proximidad y el uso de lo nuevo, de lo actual, distanciado de la propia realidad y al frente de su contexto. Esta perspectiva del mangue de apropiarse de elementos postmodernos para elaborar la mezcla cultural característica, que es una de sus múltiples matices de su propuesta novedosa. Ésta, se configura en la intención de arriesgarse, de intentar romper barreras y de abrirse a lo nuevo, que son peculiaridades que están presentes en las dos fases del movimiento. La banda Chico Science e Nação Zumbi representaron la punta de lanza que fustigó la coraza de la estructura social pernambucana, tradicional y acomodada, a abrir caminos y a motivar cambios. El mensaje se ha ampliado con los nuevos artistas y las nuevas bandas que están siguiendo el *groove* inaugurado por los pioneros, en dirección a la Postmodernidad, en un contexto de realidades simultaneas y complejas.

Cuanto a los que es destacado en los discursos juveniles, observarse el significado de valores subjetivos, con la presencia de cuatro que son comunes con las canciones *mangue*. Mientras no subraya el Localismo como lo más significativo, optando por el valor Compañerismo, que se sobresale en sus prioridades, lo destaca como un de los más importantes. Suponemos que esta nueva relación, asemejase a una nueva forma de parentesco, por adopción conciente y sentimental, que mantiene unida a la juventud mangue, que la define como *brodagem* (de hermano, del inglés *brother* y del idioma congo *malungo*), una forma de solidaridad representativa de estos nuevos tiempos. El valor Compañerismo es la alternativa prioritaria de los jóvenes entrevistados que, en la escala de la jerarquía de valores, le atribuyeron la media más alta (6,06).

Contestando los factores de la identificación con el movimiento, los discursos de los *mangueboys* y las *manguegirls* revelan la atracción que expresan por la fraternidad y la informalidad de las relaciones vividas en los ambientes que usualmente frecuentan. Según los jóvenes encuestados revelaron en los textos de sus encuestas, el sentido de la felicidad está en compartirlo todo con los demás, disfrutando de la vida y tener amigos con los que se pueda contar. En los discursos de nuestros entrevistados constatamos la importancia que atribuyen a los valores colectivos, así como los prejuicios y el alejamiento que revelan ser blanco, algunas veces, de la comunidad circundante, a lo que también hicieron referencia los líderes durante las entrevistas.

Conjuntamente considera la búsqueda del placer como una manera de encontrar la felicidad (**Disfrute de la vida**) y evidencian la **Fidelidad** a sus ideas y a sus amistades como parte de esta búsqueda, creyendo en que priorizar la esencia de las cosas y de las personas es un de los componentes para atingirla (**Importancia de la esencia**). Sin embargo, el prestigio del valor **Localismo** constituye otro punto revelador sobre la coherencia entre las dos visiones. Su definición es compatible con el orgullo de pertenecer a una cultura regional y de desear que los elementos de esta cultura sean reconocidos y prestigiados por el público de todas las regiones del país, lo que pregonó el movimiento.

Los valores subrayados por las prioridades juveniles apuntan a la adopción de posturas compatibles con la visión *Redentora*, que las considera como las más lúcidas y compatibles con la realidad cotidiana, en la que están presentes conflictos sociales y interpersonales, aguzados por la competencia y la búsqueda de espacio social y de éxito. En el contexto social en que circulan los jóvenes y que es retratado en las canciones, conviven desigualdades sociales cuyas consecuencias son las condiciones miserables de supervivencia de la mayoría de la población.

La adopción por los adeptos de la estética *mangue*, es otro elemento que se puede alocar como evidencias de la consonancia de las ideas juveniles con el *Manguebeat*. Esta especial forma de estilo se compone de ropas sencillas y de complementos que reproducen el aspecto de la gente de la zona rural, producidas con materiales baratos, en coherencia con las condiciones económicas de su

entorno social y de su renta reducida, que se distancia de la orientación que la moda impone arbitrariamente y de forma efímera y cambiante, en conexión con la orientación del mercado.

Los valores que asumen en los productos musicales significados algo radicales (**Libertad ilimitada** y **Apertura al nuevo**) son desconsiderados por los jóvenes y sustituidos por valores que apuntan para aspectos más idealistas. Con relación a la representación de estos valores en las canciones, **Libertad ilimitada** se presenta como una disposición positiva a la aceptación de actitudes y acciones contestatarias, políticas o contra normas formales, que incluyen justificación para conductas reprobables, como uso de drogas, acciones criminosas, o violentas, y **Apertura al nuevo** – conceptuado como la aceptación de cambios en la realidad, de disposición para la asimilación de valores novedosos y de disponibilidad de experimentar situaciones de riesgo o rechazadas socialmente y que pueden implicar hasta mismo en el descumplimiento de las leyes.

Estos son principios que orientan una mentalidad abierta a todas las experimentaciones, que no considera los riesgos que uno puede sufrir al arriscarse. Esta visión no considera la prudencia de suponer las consecuencias amplias que algunas conductas socialmente rechazadas imponen. El rechazo juvenil es propio de una forma de moverse en la vida, que nada tiene que ver con una actitud acomodada o temerosa de enfrentar los desafíos del vivir. Realizar descubiertas y testar sus límites son acciones socialmente aceptables cuando son realizadas con responsabilidad y conciencia de las consecuencias que pueden producirse, no sólo para el individuo que las practica como para los otros de su entorno social.

El hecho de que los jóvenes entrevistados hayan mostrado poco interés por el valor *Libertad*, también lo atribuimos a la forma como el concepto les fue presentado en el cuestionario. En verdad, les preguntamos sobre su aceptación de *libertad ilimitada*, definición del concepto de libertad semejante al que Andrés Orizo (1997) utilizó en su investigación sobre los valores de la juventud española, en los años noventa. Los jóvenes participantes de la muestra ibérica tampoco aceptaron bien esta concepción libertaria, que les proponía ser libres sin atentar contra barreras y restricciones sociales. Podemos concluir que este valor no tiene tanta importancia entre los jóvenes brasileños, pues la educación familiar permisiva que

prevalece en esta sociedad hace con que los adolescentes y niños disfruten de mucha libertad de acción desde una edad muy temprana.

Con relación a los valores presentes sólo entre la jerarquía juvenil, pasamos a comentarlos. El valor **Fidelidad** revela la importancia atribuida a manutención de consistencia de las ideas y de los ideales, posturas indicativas de coraje para encarar las circunstancias de la vida y que revelan una personalidad coherente y madura. El otro valor que difiere del otro patrón es Idealismo profesional, presencia que vino confirmar lo que ya comentamos en los análisis interpretativos del Capítulo V: que la juventud *mangue* atribuye al trabajo una importancia notable en sus vidas. El trabajo asume una definición idealista, conceptuado como una forma de realización personal y no sólo un medio de obtener éxito.

En verdad, la mentalidad juvenil reveló una cierta dosis de tradicionalismo, al atribuir importancia porcentual igual en la escala de preferencias (vide Capítulo VI) a valores como **Tradición** y **Respeto a las normas**, de la matriz Integrada y **Libertad ilimitada** y **Apertura al nuevo**, todas las opciones colocadas en el nivel cuatro de la jerarquía. En los ejemplos analizados se percibe la presencia de un ser humano más consciente, que desea renunciar a la esclavitud del consumismo, que elige obtener la realización personal disociada de la receta capitalista, que se despoja de la obligación de producir una respuesta para una sociedad, que es la representación de un devorador y expoliador sistema económico, y que pretende preservar la esencia de humanidad que sabe ser su herencia más valiosa.

En una visión *ecológica* se esbozan la mayoría de los valores que forman la identidad de la juventud de Recife, apuntados por los profesionales que compusieron la muestra consultada para obtener el patrón de valores que serían parte de la investigación realizada. La visión lúdica, de las cosas sencillas, que caracteriza la búsqueda de un nuevo ideal de sociedad, creemos, están en las perspectivas de la juventud de todo el mundo, que desea crear un mundo mejor para vivir. El rechazo que revelan a los valores de la matriz Integrada es muy significativa porque asignala que para estos jóvenes el patrón de valores que reciben de su socialización no tienen legitimidad o coherencia, y no contesta las dudas y expectativas existenciales de individuos en formación.

Para concluir, citamos una afirmación de Gilles Lipovetsky (1994) sobre los parámetros que asume la sensibilidad humana ante la perspectiva postmoderna, que nos puede agregar sentido a la interpretación que realizamos sobre los valores que los mensajes *Manguebeat* modelan y que son mediatizados hacia la cognición social y de ahí a el imaginario juvenil de sus adeptos.

“la sensibilidad colectiva, al superar la atomización individual, crea las condiciones de posibilidad de una forma de aura que va a especificar a tal o cual época: así, el aura teológico prevalece en la Edad Media; el aura política en el siglo XVIII o el aura progresista en el siglo XIX; y es posible que estemos asistiendo a la elaboración de una aura estética, en la que se encontrarían, en proporciones diversas, elementos que remiten a la pulsión comunitaria, a la propensión mística o a una perspectiva ecológica”(LIPOVETSKY, 1996:40-41).

Debemos atentar que las asociaciones se los individuos realizan con los parámetros de su entorno y con las clases de sentidos que recibe de la polifonía discursiva que lo involucra socialmente, hace pensar la identidad que construyen como un elemento que puede evolucionar paralelamente a los cambios que modifican continuamente en el contexto social. Por lo tanto, encaramos la identidad juvenil *Manguebeat*, que se exterioriza a través de su mentalidad de valores, como algo reversible, que no implica en ninguna elección definitiva y que por lo tanto, es sujeta a nuevas especulaciones académicas. Sentimos que ha aun mucho por percibir y por analizar, pero la complejidad con que se construye la realidad es incommensurable y cada nueva reflexión sobre ella desvenda nuevos contornos que se quedan a espera de nuevas miradas.

## **CONCLUSIONES**

Las cuestiones que este estudio se ha propuesto aclarar han sido las siguientes:

- 1) ¿Cómo la música *Manguebeat* realiza su hibridismo cultural?
- 2) ¿Cuáles son las características de la mediación que aporta entre los jóvenes y la realidad?
- 3) ¿Qué visión de mundo procesa esta juventud, a partir de la representación de la música *mangue*?

La primera de las consideraciones se centró en las deducciones sobre la forma como la música *Manguebeat* utiliza los contenidos de la cultura popular uniéndolos a los del *pop*, que en la hipótesis previa consideraba tal presencia una *apropiación* de elementos internacionales, utilizados para conferir un rasgo contemporáneo a la fusión híbrida enviada a la audiencia.

Concluimos que esta mezcla de ritmos y de sonidos híbridos, de letras cargadas de significados simbólicos nativos y cosmopolitas utilizada por la música *mangue* en su creación, como una relación de *transculturalización* que se produjo en un ambiente social y cultural propicio para la modelación de mestizajes, por la propia naturaleza híbrida, mulata y cabocha de la cultura brasileña. Ubicada en una de las regiones más pobres y menos desarrollada del país, la provincia de Pernambuco es un espacio donde en tiempos remotos la esclavitud tuvo una fuerte presencia, debido a la necesidad de mano de obra para el monocultivo azucarero. Este sistema de producción provocó contradicciones sociales notables, como la convivencia entre la *casa grande* y la *senzala*, relaciones que originaron los mestizajes culturales y étnicos. La mezcla, por lo tanto, se encuentra en la raíz de las tradiciones locales, en manifestaciones rítmicas y en danzas que proyectan y cristalizan rasgos de la cultura popular nacidos en el Nordeste brasileño.

Sin embargo, en este ambiente de mezclas democráticas era de suponer que sería bien aceptada la fusión de ritmos, de personajes, de temas y de instrumentos típicos locales con aparatos tecnológicos de producción de efectos sonoros, como el *sampler*, característicos de la audacia de la música moderna internacional. Las clases populares contribuyeron con sus elementos originales, aceptando e incluso participando en el movimiento *mangue*, y éste convirtió estas formas tradicionales en un producto de masas postmoderno: la música *Manguebeat*.

Intelectuales elitistas y tradicionalistas no fueron tan tolerantes con el movimiento. Postularon la preservación de la originalidad de la cultura nativa, rechazaron la integración de componentes tan distintos que se armonizan musicalmente, y vieron en la música *mangue* una tentativa de descaracterizar y de transformar los elementos populares en copias de productos extranjeros. Protestaron alegando que los ritmos locales, base rítmica de esta propuesta musical, al unir los instrumentos de percusión con los eléctricos, perdían su originalidad y dejaban de ser productos auténticos.

Esta argumentación vehemente y de rasgo tradicional es el eje que seguimos para testar la primera cuestión de nuestra tesis. Investigamos si era cierta tal profusión de vocablos en inglés o en lenguas africanas en las letras de las canciones, como alegaba la crítica elitista, o si, al contrario, en los temas, los símbolos culturales y el lenguaje predominaban señales de la cultura local.

Los contenidos analizados de las producciones musicales *mangue*, consideradas como los textos de las canciones, aportaron explicaciones suficientes para aclarar esta y otras cuestiones propuestas en este estudio. Argumentamos que el hibridismo realizado por el *Manguebeat* no lo hacía una mera copia de productos extranjeros, como demostramos en los siguientes puntos aclarados por las investigaciones realizadas:

**a.** En los textos analizados constatamos que la incidencia de vocablos en inglés o en lenguas africanas, principalmente el congo, el yoruba o el nagô, es episódica y no es tan profusa como alegaban sus detractores. Las palabras extranjeras son utilizadas principalmente en los títulos de las canciones (“Rios, pontes e overdrives”, “Hardcore brasileiro”). Además, están colocadas estratégicamente para causar un significado puntual (“Este cuerpo de lama que tú ves / es sólo el imagen que *soul* (soy)”; o porque el sentido del verso lo exige: “Voy a arreglar mi pantalla y pasar un *e-mail* de amor” (Vide las letras de las canciones, en Anexos)).

**b.** Los temas que más resaltan son los que revelan la preocupación con la divulgación de los componentes de la cultura local, tales como la

denuncia de las contradictorias condiciones sociales y económicas vigentes en el contexto social, que alternan riqueza en medio de zonas miserables. El rescate cultural de la importancia de Pernambuco como un escenario de variadas y opulentas manifestaciones culturales es otro de los temas destacados. En la mayoría de las temáticas desarrolladas en los textos de las canciones, el tono político-ideológico prevalece en forma de evidentes contestaciones: unas veces en tono duro e incluso amargo y otras en forma de ironía o sarcasmo, pero sin asumir el significado de *canción protesta*, en el sentido literal del término.

**c.**La preservación de las tradiciones culturales nativas se confirma en la recurrencia del uso de los símbolos peculiares que llenan los textos con referencias a los personajes folclóricos o históricos, a las marcas físicas de la ciudad (puentes, ríos y manglares), a las manifestaciones culturales (los ritmos, las danzas, los instrumentos) que componen hermosas metáforas que exaltan la cultura y la ciudad. Algunas de estas metáforas tienen como objetivo resaltar aspectos negativos de la sociedad local o del entorno nacional, usando la poesía para denunciar y contestar las incongruencias contextuales.

**d.**Encontramos otro aspecto que reafirma la presencia destacada y repetida de lo local en el lenguaje utilizado para elaborar los textos poéticos. Las expresiones de democrático uso popular entre las clases sociales, citadas en las conversaciones cotidianas, en emisiones de comunicación de masas y en textos literarios, hacen que la audiencia de la música *mangue* reconozca su entorno y se coloque en sintonía con los versos de las canciones. Ejemplificamos algunos tipos de expresiones usuales, en las que algunos vocablos tienen significados reconocibles exclusivamente por los habitantes de Recife: “Zé mané” (lo mismo que tonto, imbécil); algunas expresiones con la sintaxis desvirtuada, legitimadas por el uso e incorporadas en el cotidiano del público como *vicios de lenguaje*: “no soy tonto, no” (doble forma de negación que redunda en una afirmación) o formas de lenguaje metafórico que enriquecen el vocabulario local: “todo bien envenenado” (muy movido).

Hacemos referencia a las letras de las canciones, porque las analizamos como textos escritos, y no en su relación con los sonidos. Aunque nos detuvimos en interpretar sentidos presentes en estas producciones, tuvimos que observar características de la música, principalmente la forma como las emitían los artistas, imitando las formas típicas de los cantaores populares. Los sonidos del *Manguebeat* se realizan con melodías pobres y repetitivas que expresan los versos al modo de la *embolada*, una forma de manifestación musical oral local semejante al *rap*, que torna algo monótonas ciertas composiciones. La fuerza de estas canciones está en su base rítmica, formada por tambores rituales afro y otros instrumentos de percusión usados en el *maracatu*, el *cabocinhos* y otras formas de ritmo de la cultura popular. El rasgo de postmodernidad está representado por los efectos tecnológicos de *samplers* y de *mixajes*, cuya originalidad reside en la convivencia armónica de elementos tradicionales y modernos en una mezcla agradable y sincrética.

La música *Manguebeat* es un producto de masas, un ejemplo mestizo que realiza una *apropiación renovada* en la que ingredientes modernos y exógenos se componen con manifestaciones de cultura popular para generar efectos puntuales. Esta apropiación confiere un realce especial a la belleza y a la originalidad de las manifestaciones locales. Destacamos que el objetivo de la música *Manguebeat*, como afirman reiteradamente los compositores pioneros, es el de crear una forma musical de masas con características del *pop* internacional y no el ser considerada un elemento de la cultura popular. Por lo tanto, consideramos que la hipótesis elaborada se confirma íntegramente con las evidencias expuestas en esta argumentación.

Un segundo problema que hemos abordado ha sido el de la “realidad” aportada por las canciones *mangue* a su audiencia, que estaría compuesta por elementos de la visión que hemos denominado *Redentora*. Ésta se traduce con la presencia de principios que destacan el desapego por las cosas materiales, revelan una nueva socialidad con rasgos postmodernos, pero con un toque provinciano en el sentido de pertenencia que da prioridad a aspectos propios del entorno social y cultural local.

Para percibir este modelo de ideas sugeridas a la audiencia juvenil adepta al *mangue* investigamos a los valores. Éstos son definidos como principios que los individuos persiguen durante toda la vida, para moldear sus actitudes y acciones, y que forman la *visión de mundo* con la que reconocen la realidad y se colocan en ella. La búsqueda de evidencias utilizó la investigación de los contenidos de las canciones y reveló resultados coherentes con las teorías tomadas como marco de referencia.

Los valores que se evidenciaron en los textos analizados en el Capítulo V confirmaron en gran medida los contenidos de la hipótesis elaborada, aunque algunos puntos del modelo axiológico del *mangue* no se armonizaron con la percepción inicial y previa construida. Las evidencias identificadas apuntan las siguientes conclusiones:

- a.** Los seis valores más destacados en las canciones: **Localismo, Libertad ilimitada, Disfrute de la vida, Compañerismo, Apertura a lo nuevo e Importancia de la esencia** revelan dos tipos de orientación en la propuesta de ideas de los textos. **Localismo, Compañerismo e Importancia de la esencia** son opciones propias de una visión de la realidad que otorga importancia a las cosas sencillas y transientes, a la amistad que emana de un tipo de relaciones interpersonales solidarias e intensas, aunque efímeras y superficiales, ya que los individuos preservan su intimidad.
- b.** En la raíz de esta identidad encontramos semejanzas con las ideas juveniles contraculturales de los años sesenta y setenta que abalaron las estructuras sociales y el patrón de valores occidentales. Al lado de esta apariencia postmoderna, se revela un toque de tradicionalismo por la elección del valor **Localismo** como una de las opciones preferidas. Este valor se destaca por la insistente presencia en los textos de símbolos culturales locales y la exaltada pasión que demuestran por la ciudad de Recife, cuyos elementos naturales y físicos, en algunos textos, apuntan sus miserias sociales en los temas usados para revelar “el orgullo de pertenecer a la tierra”, de “ser pernambucano”. Esta postura algo provinciana contradice el deseo expresado por los compositores de hacer una música global. Lo local y lo global se unen en la presencia de estos valores en las canciones, reflejo del imaginario de sus autores.

c.La mentalidad expresada en los valores percibidos, se vuelve más contradictoria al elegir entre los más importantes, por la repetición en las letras, los aspectos axiológicos propios de una identidad postmoderna. Ésta está conformada por el individualismo-hedonista y la desesperanza, características del ser humano contemporáneo solitario que deserta de la sociedad y que tiene en su voluntad la medida de sus conductas. Los valores **Libertad ilimitada**, **Disfrute de la vida y Apertura a lo nuevo**, conceptuados como peculiares de esta visión conceptuada como *Desencantada*, están presentes en las posturas criminales y de exclusión social expuestas y justificadas en las letras como fruto de las injusticias sociales del contexto. Las canciones que describen la violencia callejera, sugiriendo la ruptura del control social y de las normas formales, son propias de una mentalidad que no acepta frenos a sus deseos e indican actitud de aceptación a la **Libertad ilimitada**. Este valor también aparece en letras en que la búsqueda del placer y del hedonismo sugieren la apertura a inéditas experiencias y sensaciones.

d.Llamamos la atención para una contradicción encontrada: aunque las letras revelan el prestígio de estos valores postmodernos, dejan claro el rechazo por opciones que se alinean con esta perspectiva negativa, que es representado por bajos porcentuales de frecuencia en las letras analizadas de los valores **Transitoriedad, Superficialidad y Vivir al día**. Estas características de la personalidad postmoderna, que se unen a los valores comentados en el ítem 2, forman un modelo que la música *pop* ofrece a la audiencia. Este modelo se exterioriza en la apariencia de los artistas que componen los grupos *pop* y en el contenido de las letras de estas canciones que fascinan a la juventud de todo el mundo. Esta versión axiológica refuerza el individualismo vivido por el ser humano que inscribe la superficialidad en sus relaciones con la vida y las personas, en la transitoriedad inserida en la estructura del mundo actual, modificado constantemente por los avances tecnológicos que parecen infinitos y que tornan todo transitorio y etéreo, en función de la fragilidad, de la inconsistencia del tiempo y del espacio: “todo lo que es sólido se disuelve en el aire”. Esta forma de mirar el cotidiano induce a *vivir al día*, sin grandes preocupaciones con el porvenir, sin cobranzas, pues la búsqueda de la felicidad es la meta principal del ser humano posmoderno. Esta versión de *desengāo* y

*pesimismo* convive en los textos de las canciones con la versión *de esperanza y sencillez* que sugiere el desapego de las cosas materiales, no valoriza la apariencia física y busca la esencia de los seres y de la naturaleza.

Concluimos que la perspectiva de la propuesta simbólica de la música *Manguebeat*, revelada en los textos de las canciones, expone una dualidad de aspectos que tienen una importancia equivalente. Es como una cara con dos caras distintas y opuestas: por un lado contiene la agresividad desarreglada de la visión *pop* y por otro el equilibrio y la sencillez de una propuesta más *ecológica*, centrada en cosas trascendentales. Con esta apariencia doble, *andrógina* diríamos, tal y como suele ser el aspecto de las estrellas del *pop*, el *Manguebeat* señala la importancia de valores que reflejan las dos visiones del ser humano postmoderno: la visión *Desencantada* y la visión *Redentora*, que establecemos a partir del paradigma teórico considerado en este estudio. Como dijo uno de los líderes *mangue* durante una entrevista concedida a la autora: “Ser *manguebeat* es más bien un estilo, la defensa de ideas sin llegar a una ruptura”. Estos datos revelan la confirmación parcial de la hipótesis que orientó los análisis.

La tercera conclusión de nuestro trabajo está relacionada con la identificación de los jóvenes establecen con el simbolismo que la música construye, y que se basa en la importancia que atribuyen a los mismos valores de las canciones, y con que construye una *identidad* postmoderna, en la que están presentes los valores de las dos visiones que forman la mentalidad *mangue*.

Pensamos que podríamos percibir la influencia de los mensajes de las canciones en los jóvenes *mangue*, por la importancia que deberían conferir a las ideas contestatarias, al sentimiento localista y al sentido de pertenencia, mezclados con sugerencias de una mentalidad innovadora y libre en demasía que pretende superar todos los límites.

Con lo que nos ha sido posible concluir de la jerarquía de los valores que identificamos en los adeptos del *mangue* y de los discursos que indican los aspectos del *movimiento* que producen mayor identificación de los adeptos, consideraremos que no ocurre completamente la reproducción de la mentalidad percibida en las músicas.. Analicemos esta conclusión basada en los siguientes argumentos:

a. El análisis elaborado para conocer la jerarquía de los valores de los jóvenes adeptos reveló que cuatro valores, entre los seis más importantes, coinciden con los valores destacados en los textos de las canciones analizadas. En orden de importancia, son: **Compañerismo, Importancia de la esencia, Localismo y Disfrute de la vida**. Sin embargo, percibimos que la significación de estos valores es diferente en cada visión. Además, hay otras opciones incluidas en la mentalidad juvenil que no están en las letras.

b. El prestigio dado por los jóvenes al valor **Compañerismo** nos lleva a concluir que la lógica que formaliza en sus imaginarios la realidad circundante no se afina con los dictámenes de la sociedad en general, que estimula la competencia en todos los niveles y que niega la solidaridad social. Creemos que la presencia de este valor revela una nueva manera de mirar el mundo, de percibir las asociaciones sentimentales, que se apoyan en elecciones y no en la tradición o en los lazos familiares. Es el pasaje de la “lógica de la identidad”, producida en la Modernidad, hacia la “lógica de la identificación”, propia de la Postmodernidad, en la que las personas se agrupan más por afinidad o por semejanzas que por convenciones. Las hablas juveniles estudiadas revelan una fuerte dosis de solidaridad social que la convivencia entre los adeptos modela.

c. Los jóvenes encuestados expresan la atracción por la fraternidad y la informalidad de las relaciones vividas en los ambientes que frecuentan usualmente. Según ellos, el sentido de la felicidad consiste en compartirlo todo con los demás, disfrutando de la vida, y en tener amigos con los que se pueda contar. En los discursos constatamos la importancia que atribuyen a los valores colectivos, así como los prejuicios de los que son víctimas, algunas veces, por parte de la comunidad circundante, a lo que también hicieron referencia los líderes durante las entrevistas. Sin embargo, estas posturas de la juventud adepta al *Manguebeat* no la convierten en una *tribu*, definida como una red de relaciones efímeras motivadas por la deserción de individuos aislados en grupos sin afinidades, sometidas al individualismo-hedonista postmoderno que describimos. Los jóvenes *mangue* poseen una forma específica de pensar y de actuar, no necesitan organizarse en comunidades y renunciar a la convivencia familiar o huir de la soledad que engendra relaciones artificiales.

Sin embargo, estos jóvenes comparten gustos musicales, frecuentan locales específicos y llevan un estilo de vida bien característico.

**d.** Los datos nos llevan a afirmar que la presencia del valor **Disfrute de la vida**, está relacionada a la búsqueda del placer, asociado a las relaciones amorosas transitorias, a vivir intensamente la vida, a diversiones y compañerismo. Los jóvenes revelan en su cotidiano otro valor, complementario a los anteriores, **Importancia de la esencia**, que se distingue por actitudes de desprendimiento hacia las cosas materiales, por una conducta de desprecio en relación con el modelo de la sociedad de consumo, que induce a la búsqueda del éxito como meta fundamental para lograr la felicidad. Por otro lado, los contenidos de los análisis revelan que algunas tradiciones permanecen como valores, poblando el imaginario juvenil, representado por la importancia que atribuyen al **Localismo**.

**e.** Como comprendemos que la identidad es un elemento en construcción, concluimos que la identidad juvenil estudiada está en formación, y que se evidencia una pelea entre lo *postmoderno-global*, traducido en tecnología y en nuevas formas de pensar y comportarse, y lo *tradicional* de la cultura local, que se caracteriza por el mantenimiento de lo ingenuo, de lo telúrico, en el que se descartan formas anticuadas de dominación y de control social. Se realiza, así, un choque entre sentimientos opuestos que puede hacer surgir, en un movimiento dialéctico, una nueva síntesis traducida en una visión de mundo, en una identidad inédita que contenga la parte más valiosa de las dos visiones.

**f.** Los dos valores más importantes para los jóvenes, a diferencia de la música, son **Fidelidad**, que se destaca en segundo lugar en la jerarquía e **Idealismo Profesional**, que los textos *mangue* colocaron en penúltimo lugar. La **Fidelidad** significa ser fiel a las ideas y convicciones, mantener la coherencia entre las creencias y las conductas y la fidelidad a los amigos y a los amores. Cuanto al valor **Idealismo Profesional**, se trata de una visión idealista del trabajo que predomina en las tres definiciones propuestas en el cuestionario. Relaciona el trabajo con la realización personal, que implica hacer lo que a uno le gusta, sin ser exclusivamente un medio de obtener éxito. La significación que la mentalidad juvenil *mangue* otorga a estos dos valores, refuerza la conclusión de

que esta mentalidad reproduce la visión *Redentora* en sus principios axiológicos.

g.Otro punto divergente entre la mentalidad de los jóvenes y los valores de las canciones es el rechazo que demostró la juventud a dos de los valores con los que se identifica la faceta *pop* del *Manguebeat*, que apuntamos anteriormente en las canciones. Nos referimos a los valores **Libertad ilimitada y Apertura a lo nuevo**, que representan valores postmodernos y que también entre los jóvenes deberían tener una puntuación destacada. Sin embargo, aparecen jerárquicamente en el mismo escalón en el que han sido colocados **Tradición y Respeto a las normas**, consideradas posturas tradicionalistas.

Deducimos de estas consideraciones que la identidad de los jóvenes *mangue* se conforma en un contexto social y cultural tradicionalista que los influencia, a pesar de que lo contesten. Como dijo uno de los jóvenes entrevistados: “El ritmo fuerte y las letras hablan de los aspectos de la sociedad local que hace que me identifique con el *Manguebeat*”. Estas son visiones contradictorias, en que las sugerencias simbólicas contemporáneas que llegan al ambiente a través de los medios de masas, hacen una negociación con los contenidos tradicionales donados por la socialización. Aunque el patrón de valores que reciben de su socialización no tiene legitimidad a escala consciente, por no ser coherente con sus expectativas existenciales, en la formación de identidad de estos jóvenes no se substituyen de un tirón. El peso de estos principios que son negados se adecuan a las nuevas convicciones asimiladas y no se substituyen.

Podemos afirmar la importancia de las tradiciones en el imaginario de los jóvenes estudiados observando los comentarios registrados en la encuesta realizada. El factor más significativo para los entrevistados es el *sentimiento localista* que se destaca a través de la propuesta *mangue* de rescate cultural, resaltando el repertorio simbólico de la ciudad, de la cultura popular, de los personajes emblemáticos, de los símbolos y el sentido de amor por la tierra natal. Estos iconos utilizados de manera tan expresiva en las canciones se imprimen en la cognición de los adeptos con la fuerza de una tatuaje. El elemento de fijación de estos valores es la *música*, que aglutina la admiración por las letras y principalmente por los ritmos locales, lo que se coaduna con el sentido de

pertenecer a la ciudad. Este sentido de pertenencia, de sentirse parte de un grupo, de “una nación” se revela en los discursos. A los jóvenes les atrae la informalidad de las relaciones en los locales en los que se encuentran y la libertad de expresión y de conductas de la que allí disponen.

Las ideas que el movimiento presenta a la audiencia además de la visión de lo nuevo y de lo postmoderno que reconocen en el *Manguebeat*, los atrae hacia él la denuncia de las condiciones sociales del contexto, la forma contestataria con que los temas son tratados, sin sugerencia de cambios mas en forma de denuncia.

En nuestras conclusiones, vemos que los enlaces relacionales que la juventud *manguebeat* realiza parecen basarse en un sentido de localismo radical, que genera a la vez una proximidad entre los individuos que comparten la misma representación de lo real y que tienen como prioridad sentimientos semejantes. Este sentido de *proxemía*, es decir, de la importancia de las cosas locales sobre las globales, funda una nueva ética, más racional, en la que un particular sentimiento de pertenecer a un lugar, a una tierra, a una patria, se revela a través de los contenidos culturales, de las formas de hacer y de hablar de cosas cotidianas y simples, y parece generar entre las personas una identificación solidaria que se distancia de la versión individualista-hedonista.

Estos jóvenes son individuos postmodernos que asumen características *redentoras* en las que se destaca el optimismo. En esta perspectiva los visualizamos como seres solidarios, desapegados de las cosas materiales, que utilizan los conocimientos para realizarse como personas y como individuos sociales, en los que se nota la presencia de una solidaridad tribal, en consonancia con la *socialidad* que la sociología actual observa en las agrupaciones antropológicas contemporáneas. Como desprecian el consumismo y la obtención de bienes materiales, les interesa más el *ser* que el *tener*, que define la importancia de las personas por sus calidades espirituales y subjetivas, y no por lo que poseen o su apariencia. En consonancia con esta concepción desapegada de la vida, conciben el trabajo y la profesión como un ejercicio de realización personal que niega la concepción utilitaria y de competencia que atribuye la ideología liberal a las actividades profesionales que invaden todos los espacios personales, como los de la familia y el entretenimiento.

La celebración de la vida y el placer en todas sus formas suele ser algo que está presente en todo lo que hacen. Son individuos que tienen muchos amigos, a los que están unidos por lazos transitorios, y a quienes son fieles, así como lo son a sus ideas y a sus principios. Esta celebración de la vida y la incertidumbre del porvenir, les condiciona a beber la vida a grandes tragos. El texto más ilustrativo de esta percepción es el discurso de uno de los jóvenes entrevistados: “*Ser adepto al Manguebeat es vivir una nueva relación con la vida, encarándola como una diversión que se lleva en serio*”.

## **BIBLIOGRAFIA**

- ADORNO, Teodore**  
**1959** El cine y la música, Barcelona, Paidós.
- ADORNO, T. y HOCKHEIMER,M.**  
**1987** La dialéctica de la Ilustración, Madrid, Trotta.
- ALENCAR, Edgar**  
**1965** O carnaval carioca através da música, São Paulo, Editora 34.
- ALVARENGA, Oneyda,**  
**1988** Música Popular Brasileira, SP, Livraria Duas Cidades.
- AMARAL, Aracy**  
**1998** Artes plásticas na Semana de 22, São Paulo, Editora 34.
- AMORIM, Maria Alice**  
**2001** “O samba de Maracatu” en Suplemento Cultural de Diário de Pernambuco, Recife, Ano XV, febrero, (10-14).
- ANDRADE, Mario de Moraes**  
**1982** Danças dramáticas do Brasil, Tomo I, Brasília, INL – Pró Memória.
- ANDRADE, Oswald**  
**1978** Do pau Brasil à antropofagia e às utopias. São Paulo, Civilização Brasileira.
- ANDRADE, Mario de Moraes,**  
**1982** Danças dramáticas do Brasil, Tomo I, Brasília, INL-Pró-Memória.
- ANDRÉS ORIZO, F.**  
**1995** Dinamica intergeracional en los sistema de valores de los españoles, Madrid, CIS.
- ARCE, José María V.**  
**1997** “O funk carioca”, en HERSCHEMANN, Micael, Abalando os anos 90, Rio de Janeiro, Artemídia, Rocco.
- AUGÉ, Marc**  
**1996** Los no - lugares, Barcelona, Gedisa.
- AVEMDÓLA, Ávila**  
**1982** A televisão: a participação estrangeira na televisão do Brasil, São Paulo, Cortez.
- AZEVÊDO, Fernando de,**  
**1943** A cultura brasileira. Introdução ao estudo da cultura no Brasil, Rio de Janeiro.

- AZEVÊDO NETO, Américo**  
**1997** Bumba-meu-boi do Maranhão, São Luis, Editora Alumar.
- BAJTIN, Mijail**  
**1987** La cultura popular en la Edad Media y en el Renacimiento, Madrid, Alianza.
- BALL - ROKEACH, S.J. y ROKEACH, M. y GRUBE, J.W.**  
**1968** "The great American values test" en Psicología Today, 18 (11), (34-41).
- BANDURA, A.**  
**1992** "Social cognitive theory of moral thought and action" en FEINMAN, S. Social referencing and social construction of reality in infancy, Nueva York, Plenum, (175-208).
- BARDIN, Laurence**  
**1995** Análise de conteúdo, Lisboa, Edições 70.
- BARTHES, Roland**  
**1972** "Le gran de la voix" en Musique en jeu, No. 9, noviembre, Paris, Seuil.
- BASBAUM, Leoncio**  
**1976** História sincera da República(1930-1960), São Paulo, Editora Alfa-Omega
- BAUDRILLARD, Jean**  
**1985** Á sombra das maiorias silenciosas, São Paulo, Editora Brasiliense.  
**1991** Simulacros e simulações, Lisboa, Antropus.
- BAUMAN, Zygmunt,**  
**1990** "Modernity and ambivalence" en FEATHERSTONE, Mike, Global culture, Londres, SAGE.
- BEEZER, Anne,**  
**1994** "Dick Hebdige, 'Subcultura:el significado del estilo'" , en BARKER, Martín & BEEZER, Anne, Introducción a los Estudios Culturales, Barcelona, Bosch, (115-132).
- BÉJAR, Helena**  
**1988** El ámbito íntimo, Privacidad, individualismo y modernidad, Madrid, Alianza Editorial.  
**1993** La cultura del yo , pasiones colectivas y afectos propios en la teoría social, Madrid, Alianza.

- BELL, Daniel** Las contradicciones culturales del Capitalismo, Madrid, Alianza.  
**1977**
- BENEVIDES, Maria Victoria de M.**  
**1976** O governo de Juscelino Kubitschek, desenvolvimento econômico e estabilidade política, Rio de Janeiro, Paz e Terra.
- BERELSON, B.**  
**1952** "Content analysis" en Communication Research, Glencoe, The Free Press of Glencoe.
- BERICAT, Eduardo**  
**1998** La integración de los métodos cuantitativos y cualitativos en la investigación social: significado y medida, Barcelona, Ariel.
- BERGER, P.L. & LUCKMANN, Th.**  
**1967** The social construction of the reality, Nueva York, Doubleday & Company Inc.
- BODEI, Remo**  
**1995** Una geometría de las pasiones, Barcelona, Muchnik.  
**1996**
- BOSI, Alfredo,**  
**1999** Cultura brasileira, temas e situações, São Paulo, Editora Ática.
- BRANDÃO, Silvia F.**  
**1991** A geografia da linguagem no Brasil, São Paulo, Ática.
- CABRAL, Sergio,**  
**1997** A MPB na era do rádio, São Paulo, Editora Moderna.  
**1998**
- CABRAL, Sergio y FREITAS BASTOS**  
**1996** As escolas de samba do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Lumiar
- CALADO, Carlos**  
**1995** A divina comédia dos Mutantes, Rio de Janeiro, Editora 34.  
**1997** Tropicalia: a história de uma revolução musical, Rio de Janeiro, Editora 34.
- CALDAS, Waldenyr,**  
**1989** Iniciação à música popular brasileira, SP, Editora Ática.
- CALLEGO GALLEGOS, J. Y CONDE GUTIÉRREZ, F.A.**  
**1994** Juventud y consumo, Madrid, INJUV, Ministerio de Asuntos Sociales.
- CALVO, Enrique Gil**  
**2001** Nacidos para cambiar, Madrid, Taurus.

**CAMPOS**, Augusto de  
**1977** Balanço da Bossa e outras bossas, São Paulo, Perspectiva.

**CÂMARA CASCUDO**, Luiz,  
**S/D** Antologia do Folclore brasileiro, São Paulo, Editora Martins.  
**1954** Dicionário do folclore brasileiro. Rio de Janeiro: MEC, Instituto do Livro.

**CAMARGO**, Nelly de  
**1985** "The brasilian music industry and youth" en Communication Research, vol.3, julio, Sage Publications, (395-400).

**CÂNDIDO**, Antônio,  
**1970** "Dialética da malandragem", en Revista Estudos Brasileiros, São Paulo, no.8.

**CANEVACCI**, Massimo,  
**1996** Sincretismos. Uma exploração das hibridações culturais, São Paulo, Studio Nobel.

**CARVALHO**, Nelly de  
**1996** Empréstimos linguísticos, São Paulo, Editora Ática.

**CASETTI**, Francesco, **CHIO**, Federico  
**1999** Análisis de la televisión, Barcelona, Paidós.

**CASTELLS**, Manuel,  
**1996** La era de la información. Economía, sociedad y Cultura, vol.I, *la Sociedad - red*, Madrid, Alianza Editorial.

**CASTRO**, Josué de  
**1965** Geografia da fome, Rio de Janeiro, José Olympio  
**1967** Homens e caranguejos, Rio de Janeiro, José Olympio

**CASTRO**, Ruy  
**1999** Chega de saudade, São Paulo, Companhia das Letras.

**CERTEAU**, Michel de  
**1994** A invenção do cotidiano, Artes de fazer, Petrópolis, Editora Vozes.  
**1996** A invenção do cotidiano, Morar e cozinhar, Petrópolis, Editora Vozes.

**COLUBI**, Pepe  
**1999** El ritmo de las tribus, Barcelona, Alba- Zoon.

**CORRÊA**, Tupã  
**1986** Mercado de música , disco e alienação, Campinas, Papirus.  
**1990** Rock, nos passos da moda, mídia, consciência e mercado Cultural, Campinas, Papirus.

- COSTA RIERA, J.A.**  
**1997** "El feminismo Spice y el marxismo Sony" en Revista El Viejo Topo, nº108, junio, Barcelona, (17-28).
- COSTA, O. PERES TORNEIRO, J.M. y TROPEA, F.**  
**1996** Tribus Urbanas el ansia de identidad juvenil: Entre el culto A la Imaginen y la autoafirmación a través de la violencia, Barcelona, Paidós
- DA FONTE FILHO, Carlos**  
**2000** Espetáculos populares de Pernambuco, Recife, Editora Bargaço.
- DAPIEVE, Arthur**  
**1995** Brock: O rock brasileiro dos anos 80, São Paulo, Editora 34.
- DAUFOUY, Philippe y SARTON, Jean**  
**1971** Pop/ music-rock, Paris, Champ Libre.
- DERRIDA, Jacques**  
**1981** Writing and difference, Londres, Routledge.
- DOLABELLA, Marcelo**  
**1987** ABC do rock brasileiro, Porto Alegre, Estrela do Sul.
- DONATO, Maria da Graças .**  
**1986** Recife, Cidade Maurícia, Recife, Secretaria de Educação de Pernambuco.
- DORFLES, G.**  
**1973** "El kitsch" , antología del mal gusto, Barcelona, Editorial Lumen.
- DURAND, José Carlos**  
**1995** Arte, privilégio e distinção, tesis de doctorado, FFLCH, USP, São Paulo, 1985.
- DURKHEIM, Emile**  
**1954** The elementary forms of religious life. New York, Free Press.
- EFEGÊ, Jota,**  
**1975** Figuras e coisas do Carnaval carioca, RJ,
- ESSINGER, Silvio,**  
**2001** Punk: anarquia planetária e a cena brasileira, Rio de Janeiro, Editora 34.
- FARIAS, Patricia Silveira de,**  
**1994** O território do Rock Brasil: música popular e nacionalidade nos anos 80", dissertação de Mestrado em Teoria da Comunicação e da Cultura, apresentada al Curso de Pós-graduação em Comunicação da UFRJ.
- FAVARETTO, C. F.**  
**1979** Tropicália- Alegoria, São Paulo, Kairós.

- FERNANDES, Florestan**  
**1978** O folclore em questão, São Paulo, Hucitec.
- FERRÉS, Joan**  
**1996** Televisión subliminal, Barcelona, Paidós.
- FIGUEIRÔA, Alexandre,**  
**1999** “Do Cinema Novo ao ‘Novo Cinema’: a construção de um modelo para a identidade nacional”, en CUNHA, Paulo. Identidade (s), Recife, UFPE, Programa de Pós-graduação em Comunicação & Informação. (13-32).
- FISKE, John**  
**1987** Television Culture, Routledge, London.
- FREYRE, Gilberto,**  
**1943** Casa Grande e Senzala, Rio de Janeiro, José Olympio.  
**1947** Interpretação do Brasil, Rio de Janeiro, José Olympio.  
**1978** Manifesto Regionalista, Recife, IJNPS.
- FRITH, Simon,**  
**1981** Sound effects: youth, leisure and politics of rock, Londres, Constable.  
**1989** World music, politics and social change, Manchester, Manchester University Press.
- FRITH, Simon y HORNE, Howard**  
**1986** Art into Pop, Londres, Methuen.  
**1987**
- GARCÍA CANCLINI, Néstor,**  
**1984** Las culturas populares en el capitalismo, México, Nueva Imagen  
**1986** Entrevista en Chasqui- Revista Latinoamericano de Comunicación, Nº 20, agosto/diciembre.  
**1990** Culturas Híbridas. Estratégias para entrar y salir de la modernidad, México, Editorial Grijalbo.  
**1997** Consumidores e cidadãos, Rio de Janeiro, Editora da UFRJ.  
**1999** Las industrias culturales en la integración latinoamericana, Buenos Aires, Grijalbo.  
**2000** La globalización imaginada, Buenos Aires, Paidós.
- GARCÍA FERRANDO, M. et al.**  
**1991** El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de Investigación Social, Madrid, Alianza.
- GEERTZ, Clifford**  
**1997** O saber local. Novos ensayos em antropología interpretativa, Petrópolis, Editora Vozes.

**GIDDENS, Anthony**

- 1997** "A vida em uma sociedade pós-industrial", en GIDDENS, BECK Y LASH, Modernização reflexiva, São Paulo, Editora UNESP, (72-133).

**GONÇALVES, Fernando N.**

- 2002** "Hedonismo e ethos contemporâneo" en RUBIM, Antonio. C. Comunicação e sociabilidade nas culturas contemporâneas, Petrópolis, Vozes, (91-108).

**GRAMSCI, Antonio**

- 1975** Cadernos do cárcere, São Paulo, Editora Brasiliense  
**1967** A concepção dialética da história, Rio de Janeiro, Civilização Brasileira.

**GUATTARI, Felix**

- 1982** Caosmose: um novo paradigma estético, Rio de Janeiro, Editora 34.

**GUERRA PEIXE, Cesar**

- 1980** Maracatus do Recife, Recife, Editora Irmãos Vitali

**GUTTMAN, L.**

- 1968** A general non-metric technique for finding the smallest coordinate space for a configuration of points. Psychometrica, 33, (469-506).

**HABERMAS, Jünger**

- 1987** La teoría de la acción comunicativa, Madrid, Editora Cátedra.

**HALL, Stuart,**

- 1998** A identidade cultural na Pós-modernidade, Rio de Janeiro, DP & A Editores.

- 1986** "The local and the global: globalization and Ethinicid" en Journal of Communication, Winter, 1989.

- 1981** "La cultura, los medios de comunicación y el 'efecto ideológico' en CURRAN,J. Sociología y Comunicación de masas, México, F.C.E. (123-140 ).

- 1970** Los hippies, una contra-cultura, Barcelona, Anagrama.

**HALL, S. y JEFFERSON,N.**

- 1976** Resistance through rituals, Londres, Hutchinson.

**HEBDIGE, Dick**

- 1979** Subculture; the meaning of style, Londres, Methuen, Open University Set Book .

- HERSTHMANN, Micael**  
**1996** Abalando os anos 90: Funk e Hip-hop, Rio de Janeiro, Editora Rocco.
- HERZ, Daniel,**  
**1987** A história secreta da Rede Globo, Porto Alegre, Ed. Tchê.
- HICKSON, Milena,**  
**1998** "Rosa de Sangue: uma saga noardestina", guión de un vídeoclip presentado al Curso de Graduação do Departamento de Comunicação Social da UNICAP, Recife, Como Projeto Experimental.
- HOBSBAWN, Eric**  
**1995** A era dos extremos, Rio de Janeiro, Civilização Brasileira.
- HODGE, Robert**  
**1999** "Canción " en VAN DIJK. Discurso y literatura, Madrid, Visor, ( 149-166 ).
- INGLERART, Ronald**  
**1985** "Agrégate stability and individual-level flux in mass belief systems: the level of analysis paradox", en American Political Science Review, 79, (97-1)  
**1998** Modernización y Postmodernización .El cambio cultural económico y Político en 43 sociedades, Madrid, CIS, No.161.
- JACKS, Nilda,**  
**1999** Querência, Cultura regional como mediação simbólica: um estudo de recepção, Rio Grande do Sul, Editora da Universidade.  
**1995** "Pesquisa de recepção e cultura regional"en SOUSA, Mauro W.(org) Sujeito, o outro lado do receptor, São Paulo, Editora Brasiliense.(151-168)
- JANKOWSKI, N.W. y WESTER, Fred**  
**1992** " La tradición cualitativa en la investigación sobre las ciencias sociales: contribuciones a la investigación sobre la comunicación de masas", en JENSEN Y JANKOWSKI (eds) Metodologías cualitativas en comunicación de masas, Barcelona, Bosch,(57-99).

**JARDIM, Eduardo,**

- 1985** A brasiliade modernista, Rio de Janeiro, Graal.

**JENSEN, Klaus. B.**

- 1993** "El análisis de recepción: la comunicación de masas como producción social de significados", en JENSEN Y JANKOWSKI (eds) Metodologías cualitativas en comunicación de masas, Barcelona, Bosch, (165-181).

**KRIPPENDORFF, Klaus**

- 1990** Metodología de análisis de contenido, Barcelona, Paidós

**LAKOFF, George & JOHNSON, Mark**

- 1995** Metáforas de la vida cotidiana, Madrid, Cátedra.

**LASCH, Christopher,**

- 1991** A cultura do Narcisismo, Rio de Janeiro, Editora Imago.

**LEÃO, Tom**

- 1997** Guitarras em fúria, São Paulo, Editora 34.

**LEITE, Geraldo,**

- 1978** "A necessidade de uma ecologia de mídia", en Briefing, no.2, junio, Rio de Janeiro.

**LEWIS, James**

- 1988** "Patterns of meaning and choice: Taste cultures in popular music" en LULL, James, Popular music and communication, SAGE, Newbury Park, Beverly Hills, Londres y New Delhi, (198-211)

**LIPOVETSKY, Gilles**

- 1996** La era del vacío. Ensayos sobre el individualismo Barcelona, Anagrama.

**LULL, James**

- 1989** Popular music and communication, (Newbury Park, Beverly Hills, London y New Delhi), SAGE.

- 1985** "On the communicative properties of music" en Communication Research, vol. 12, N° 3, Julio, (363-372).

**LUYTEN, Joseph M.**

- 1999** "Desafio e repentismo do caipira de São Paulo", en BOSI, Alfredo, Cultura brasileira. Temas e situações, São Paulo, Editora Ática, (75-102).

- LYON, David**  
**1994** Postmodernidad, Madrid, Alianza.
- LYOTARD, J.**  
**1994** La condición postmoderna, Madrid, Cátedra.
- MACIEL, Luiz Carlos,**  
**1996** Geração em transe, Rio de Janeiro, Editora Nova Fronteira.
- MACROBBIE, Angela**  
**1990** Feminism and youth cultures: from Jackie to just seventeen, Londres, Macmillan.
- MAFFESOLI, Michel**  
**1990** El declive de las tribus. El declive del individualismo en las sociedades de masas. Barcelona, Editora Icária.  
**1997** O fundo das aparências, Rio de Janeiro, Brasiliense.
- MAINGUENEAU, Dominique**  
**2000** Análisis de textos de comunicación, São Paulo, Cortez Editora.
- MARCUSE, Herbert**  
**1972** El hombre unidimensional, Barcelona, Anagrama.
- MARQUES DE MELO, José**  
**1999** "A televisión como instrumento do neocolonialismo: evidências do caso brasileiro", en BOSI, Alfredo (org), 1999, Cultura brasileira, temas e situações, São Paulo, Editora Ática, (167-181).
- MARINA, José María**  
**1997** El misterio de la voluntad oerdida, Barcelona, Anagrama.
- MARKMAN, Rejane Sá,**  
**1998** "La cultura global del Sputnick: un modelo de valores para la juventud", Trabajo de Investigación presentado al Programa de Doctorado en Periodismo y Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona.  
**1999** "Movimento Manguebeat: a nova cara da música pop brasileira", DCS, UNICAP, Recife, mimeo.  
**2000** "Características de la cultura pop: el arte postmoderno", en Revista Symposium, Comunicação Social, Ano 4, Número especial, julho, Recife, Universidade Católica de Pernambuco
- MARTÍN - BARBERO, Jesús**  
**1984** Procesos de comunicación y matrices de cultura. Intinerario para salir de la razón dualista, México, Gustavo Gilli.

- 1995** "América Latina e os anos recentes: o estudo da recepção em comunicação social", en VV.AA., Sujeito, o lado oculto do receptor, São Paulo, Editora Brasiliense.
- 1997** Dos medios às mediações. Comunicação, cultura e hegemonia, Rio de Janeiro, Editora UFRJ.
- MARTÍN-BARBERO**, Jesús y **REY**, German
- 1999** Los ejercicios del ver. Hegemonía audiovisual y ficción televisiva, Barcelona, Gedisa.
- MATELLART**, Armand y **MATELLART** Simone,
- 1989** O carnaval das imagens. A ficção na TV, São Paulo, Editora Brasiliense.
- 1991** "La recepción: el retorno al sujeto" en revista Diálogos de la Comunicación, Nº30, Lima, (10-18).
- MCGOWAN**, Chris y **PESSANHA**, Ricardo
- 1998** The brasilian sound: samba, bossa nova and popular music of Brasil, Nueva York, Billboard Books.
- MEDEIROS**, Paulo de Tarso
- 1984** A aventura da Jovem Guarda, Rio de Janeiro, Brasiliense.
- MELLO**, José A. Gonçalves de.
- 1978** Tempo dos flamengos: influencia da ocupação holandeza na vida e na cultura do norte do Brasil, Recife, Secretaria de Educação e Cultura de Pernambuco, Coleção Pernambuco, No.15.
- MELLO**, Luiz Gonzaga de
- 1995** Antropología Cultural: imagen, teoría e temas, Petrópolis, Editora Vozes.
- MENEZES**, Maria Victoria de,
- 1976** O governo de Juscelino Kubitschek, desenvolvimento econômico e estabilidade política, Rio de Janeiro, Paz e Terra.
- MERTON**, Robert
- 1970** Sociología: teoría e estructura, SP. Editora Mestre Jou.
- MILLER**, Daniel,
- 1996** "The young and restless, in Trinidad. Un ejemplo de lo global y lo local en el consumo de masas" en SILVERSTONE, R. y HIRSCH, E. Los efectos de la nueva comunicación, El consumo de la moderna tecnología en el hogar y en la familia, Barcelona, Bosch Casa Editorial
- MONSIVÁIS**, Carlos
- 2000** Aires de familia. Cultura y sociedad en América Latina, Barcelona, Anagrama.

- MORIN, Edgar**  
**1972** Las stars, servidumbres y mitos, Barcelona, Dompresa.
- MORIN, Edgar y KERN, Anne-Brigitte**  
**1993** Tierra-pátria, Barcelona, Kairós.
- MORLEY, David**  
**1992** Television, audiences and Cultural Sudies, London, Routledge.
- MUGGIATI, Roberto**  
**1973** Rock: o grito e o mito, Petrópolis, Editora Vozes.
- MUNIZ SODRÉ,**  
**1992** A máquina de Narciso – A tv: individuo e poder no Brasil, SP, Editora Cortez.  
**1999** Reinventando a cultura, Petrópolis, Vozes.
- MURCIANO, Marcial**  
**1992** Estructura dinámica de la comunicación internacional  
Barcelona, Bosch Casa Editorial S.A.
- NACHBAR, J. y LAUSE, K.**  
**1988** Popular culture: an introductory texte, Bowling Green.  
Bowling Green State University Popular Press.
- NIETZSCHE, Fredrich**  
**1970** El anticristo, México, Editores Mexicanos  
**1972a** Más allá del bien y del mal, Madrid, Alianza Editorial.  
**1972b** Así habló Zarathustra, Madrid, Alianza.
- ORIZO, Andrés**  
**1995** Dinamica intergeracional en los sistemas de valores de los  
Españoles Madrid, CIS.
- ORTIZ, Renato**  
**1994a** Mundialização e cultura, São Paulo, Editora  
Brasiliense.  
**1994b** Cultura brasileira e identidade nacional, São Paulo,  
Editora Brasiliense.  
**1995** A moderna tradição brasileira, São Paulo, Editora  
Brasiliense.  
**1997** "La modernidad - mundo" in Telos/49,(87- 95)
- PALOMINO, Erika**  
**1999** Babado Forte, moda música e noite, São Paulo, Mandarim.
- PASCUAL, A.S.**  
**1995** "Procesos paradójicos de construcción de la juventud en un  
contexto de crisis del mercado de trabajo" en Revista Reis, 71-  
72/ 95, Madrid, CIS, (177-199).

- PENNA, Maura,**  
**1994** O que faz ser nordestino. Identidades sociais, interesses e o “escândalo Erundina”, São Paulo, Cortez Editora.
- PERREIRA, Carlos Alberto**  
**1985** “A dimensão dos valores entre habitantes de uma cidade do interior:um estudo de caso intercultural” en Manuscrito Uberlândia,UFU.
- PRADO JÚNIOR, Caio,**  
**1988** Evolução Política do Brasil. Colônia e Império, São Paulo, Editora Brasiliense.
- RABELLO, Evandro,**  
**1979** Ciranda: dança de roda, dança da moda, Recife, Ed. Universitária.
- RAMA, Ángel**  
**1982** Transculturación narrativa en América Latina, México, Siglo XX.
- REAL, Katarina**  
**1979** O folclore no carnaval do Recife, Recife, Massangana
- RIBEIRO, Darcy,**  
**1998** O povo brasileiro, São Paulo, Companhia das Letras.  
**1980** Os brasileiros:teoria do Brasil, Petrópolis, Vozes,
- RODRIGUES, Ángel**  
**1998** La dimensión sonora del lenguaje audiovisual, Baracelona, Paidós.
- RODRIGUES, Jacinto**  
**1978** Ecología , Porto, Ediciones Árvore.  
**1993** Arte, Ecologia e a cidade, Lisboa, Edições Universitárias.
- RODRÍGUEZ, Nina**  
**1942** As raças humanas e a responsabilidade penal, Rio de Janeiro, Editora Guanabara.
- ROKEACH, M.**  
**1968/69** “*The roles of values in public opinion research*”, Public Opinion Quarterly, 32, (547-559).
- ROKEACH, M. y BALL-ROKEACH, S.J.**  
**1984** “*The great American values test*”, en Psychology Today, 18(11), (34-41)  
**1989** “*Stability and change in American value priorities: 1968-1981*” en American Psicologist, 44, (775-784). Inglerart
- ROMERO, Sílvio**  
**1954** Cantos populares do Brasil, Rio de Janeiro, José Olympio

**ROSZAK, Teodore**

- 1985** Persona-planeta, Barcelona, Kairós.  
**1969** El nacimiento de una contracultura, Barcelona, Kairós.

**ROSE, Tricia**

- 1996** “*Um estilo que ninguém segura: política, estilo e a cidade pós-industrial no hip-hop*”, en HERSCHEMANN, Micael, Abalando os anos noventa. Funk e hip-hop, Rio de Janeiro, Rocco.(190-212).

**SALO, Beatriz**

- 1997** Cenas da vida pós-moderna. Intelectuais, arte e vídeo-cultura Na Argentina, Rio de Janeiro, Editora UFRJ.

**SAROLDI, Luis y MOREIRA, Sonia,**

- 1996** Rádio Nacional: o Brasil em sintonia, Rio de Janeiro, FUNARTE

**SARTRE, Jean Paul**

- 1983** Cahiers pour une morale, Paris, Gallimard.

**SCHELLING, Vivian,**

- 1991** A presença do povo na cultura brasileira, São Paulo, Editora da UNICAMP.

**SCHLESINGER, Hugo**

- 1954** Enciclopédia da Industria Brasileira, 2ª. Edición, São Paulo, IEPE.

**SCHILLER, Herbert**

- 1993** Cultura, \$A. La apropiación corporativa de la expresión pública, Guadalajara, CEIC, Universidad de Guadalajara.  
**1973** Los manipuladores de cerebros. Libre empresa imperialismo y medios de comunicación, Buenos Aires, Editora Granica.

**SCHWARTZ, Shalom Y BILSKY, Wolfgang**

- 1989** “*Toward a theory of universal content and structure of values extensions and cross-cultural replications*”, Journal of Personality and Social Psychology, 58, 1 (878-891).

**SCHWARTZ, Simon y ROS, María**

- 1995** “*Jerarquía de valores en países de la Europa Occidental: una comparación transcultural*” en Revista REIS, 69/95, Madrid, CIS,(69-88).

**SCHWARTZ, Shalom y TAMAYO, Álvaro**

- 1993** “*Estrutura motivacional dos valores humanos*” en Psicología: Teoría e Pesquisa, Vol 9, No. 2, Brasília, (329-348).

- SCHWARZ, Roberto,**  
**1997** "Nacional por subtração", en VV.AA., Cultura brasileira. Tradição /Contradição, Rio de Janeiro, Jorge Zahar Editor/Funarte, (91-110).
- SEVE, Lucien**  
**1999** "A personalidade em gestação" en SILVEIRA,P. y DORAY,B. Elementos de uma teoria marxista da subjetividade,São Paulo, Vértice, (140-152).
- SOARES, Glauco A. D.,**  
**1984** Sociedade e política no Brasil, São Paulo, Difel.
- SOARES, José Arlindo**  
**1982** A Frente do Recife e o governo de Arraes. Nacionalismo em crise: 1955-1964,Rio de Janeiro, Editora Paz e Terra.
- SODRÉ, Nelson Werneck,**  
**1966** A história da imprensa no Brasil, Rio de Janeiro, Civilização Brasileira  
**1975** Síntese de história da cultura brasileira, Rio de Janeiro, Civilização Brasileira.
- SORLIN, P.**  
**1991** European cinemas, european societies (1939-1990), New York, Routledge.
- SOUTO MAIOR, Mário,**  
**1985** A língua na boca do povo, Recife, Editora Massangana/Fundação Joaquim Nabuco.  
**1991** Antologia do carnaval do Recife, Recife, Massangana.  
**1994** Riqueza, alimentação e folclore do coco, Recife, Massangana.
- SPÁ, Miquel de Moragas**  
**1979** Semiótica y comunicación de masas, Barcelona, Ediciones Penínsulas.
- STOKES, Martin**  
**1995** Ethnicity, identity and music. The musical construction of place, Oxford, Berg Publishers.
- STOREY, J.**  
**1993** Cultural theory and popular culture: a reader, New York, Prentice Hall.
- SUASSUNA, Ariano**  
**2001** "A cultura popular não é objeto de consumo", Diário de Pernambuco, 20.02:A3.
- SUN, S.W y LULL, J.**  
**1986** "The adolescent audience for music videos and why they watch" en Journal of Communication, Winter.

- TAMAYO, Álvaro,**  
**1988** "Influência do sexo e da idade sobre o sistema de valores", em Arquivos Brasileiros de Psicologia, jul/set., 38(3)91.104, Rio de Janeiro, (91-104).
- 1993** Pesquisa,  
**1994** No. 9, (329-348).  
"Estrutura motivacional dos valores" en Psicologia: Teoria e Pesquisa, vol. 10, No. 2, Brasília, (269-285)
- TATIT, Luiz**  
**1998** Musicando a semiótica, São Paulo, Annablume
- TOLIPAN, Sérgio, et al**  
**1983** Sete ensaios sobre o Modernismo, Brasília, FUNARTE.
- TRIGO, Luiz Gonzaga Godoy**  
**1985** "As heranças do imaginário beat", en Comunicarte, revista del Instituto de Artes e Comunicações da PUCCAMP, No. 5,V2,1º. Semestre ,Campinas,(91-103).
- VALENTE, Waldemar,**  
**1988** Antología Pernambucana do folclore, Recife, Ed. Massangana,.
- VAN DIJK, Teun**  
**1993** "El estudio interdisciplinario de las noticias y del discurso", en JENSEN,K.B. y JANKOWSKI,N.W.(eds) Metodologías cualitativas de investigación en comunicación de masas, Barcelona, Bosch Casa Editorial, S.A., (135-148).
- 1994 a** "Discurso, poder y discriminación", en Cuadernos de Maestría, en Lingüística, No.2, octubre, Colombia, Universidad del Valle, (231-252).
- 1994 b** "Modelos en la memoria. El papel de las representaciones de la situación en el procesamiento del discurso", en Cuadernos de Maestría, en Lingüística, No.2, octubre, Colombia, Universidad del Valle, (264-290).
- VATTIMO, Gianni**  
**1994** El fin de la Modernidad, nihilismo y hermenéutica en la cultura posmoderna, Barcelona, Gedisa Editorial.
- VELÁZQUEZ, Teresa**  
**1992** Los políticos y la televisión. Aportaciones de la teoría del discurso al diálogo televisivo, Barcelona, Editorial Ariel, S. A.  
**1996** Conferencia presentada en el Congreso de ALAIC, Caracas, referente al proyecto de investigación intitulado: "La identificación de los conflictos interculturales: la UE y el Magreb en la prensa de élite", coordinado por la autora y financiado por el Ministerio de Educación y Ciencia, mimeografiado. Citaciones de la pp.2.

- 1999** "Comunicación política en televisión. Los indicadores de la cultura política", en Comunicación y Estudios Universitarios, Revista de Ciències de la Informació, Num.9, (53-60).
- VELLOSO, Mônica P.**
- 1982** "Cultura e poder político: uma configuração do campo intelectual" en LIPPI, Lúcia (org) Estado Novo: ideología e poder, Rio de Janeiro Zahar.
- VIANNA, Hermano**
- 1997** Galeras cariocas, Rio de Janeiro, Editora da UFRJ.
- VIOILLE, Patrizia**
- 1999** "Cartas", en VAN DIJK, 1999, Discurso y literatura, Madrid, Visor, (181-204).
- WATZLAWICK, P.**
- 1981** ¿Es real la realidad?, Barcelona, Editorial Herder, S.A.
- WILLIAMS, Raymond,**
- 1976** Culture and society, 1780-1950, Penguin Books.
- 1990** O campo e a cidade, SP, Cia das Letras
- WIMMER, R. y DOMINICK, J.**
- 1994** La investigación científica de los medios de comunicación. Introducción a sus métodos, Barcelona, Bosch.
- WISNIK, José Miguel,**
- 1999** "Algumas questões de música e de política no Brasil", en BOSI, Alfredo(org) Cultura brasileira, temas e situações, São Paulo, Editora Ática, (114-123).
- 1987** "O minuto e o milênio ou por favor, Professor, una década de cada vez" en Anos 70 - Música popular, Rio de Janeiro, Europa.
- WISNIK, José Miguel & SQUEFF, Enio**
- 1983** O nacional e o popular na cultura brasileira: música, São Paulo, Brasiliense.
- TEIXEIRA DE MELO, Alcino,**
- 1977** Legislação do cinema brasileiro, Rio de Janeiro, EMBRAFILME.
- TELES, José**
- 1997** Meteoro Chico, Recife, Bargaço Editora.
- 2000** Do frevo ao Manguebeat, Rio de Janeiro, Editora 34.
- TINHORÃO, José R.**
- 1981** Música popular do gramofone ao rádio e TV, São Paulo, Ática.
- 1986** Pequena história da música popular: da modernidade ao Tropicalismo, São Paulo, Art Editora.

- TRIGUEIRO DO VALE, Osvaldo,**  
**1971** O general Dutra e a redemocratização de 45, Rio de Janeiro, Editora Civilização Brasileira
- XAVIER, Ismael,**  
**1978** Sétima arte: Um culto moderno, São Paulo, Perspectiva.
- YONNET, Paul**  
**1988** Juegos, modas y masas, Barcelona, Editorial Gedisa
- YÚDICE, George,**  
**1997** "A funkificação do Rio", en HERSCHEMANN, Micael, Abalando os anos 90: funk e hip-hop, Rio de Janeiro, Editora Rocco, (22-49).  
**1999** "La industria de la música en la integración América Latina - Estados Unidos" en GARCÍA CANCLINI, Nestor y MONETA, Carlos Juan, Las industrias culturales en la integración latinoamericana, México, Grijalbo, (181-244).
- ZAGURY, Tania**  
**1997** O adolescente por ele mesmo, Rio de Janeiro, Record.
- ZAIDAN, Michel**  
**2000** "A cultura popular e o hibridismo", Folha de Pernambuco, 01.03: E3)

## PERIÓDICOS, REVISTAS y OTROS

- ALTORETRATO**  
**2000** "Punk rock de cara lavada", artículo de João Valadares, Periódico experimental del curso de Periodismo de la UNICAP, Recife, Año 1, No 1.
- CORREIO DA BAHIA,**  
**1995** "Caranguejos com cérebros gostam de maracatu e metal", artículo de Hagamenon Brito, 13.04., folha de música.
- DIARIO DE PERNAMBUCO**  
**1999** "Recife: 4ª pior cidade do mundo", 03.05.p.A5.  
**1999** "Descaracterização das quadrilhas", en Caderno Vida Urbana, Recife, 12.06, p.3.  
**2000** "A vida é doce", Recife, 11.07., P.D1.  
**2001** "No ranking mundial de Índice de Desenvolvimento Humano, o país passou da 78ª posição à 74ª", 30.06,A6.  
**2000** "PIB do país perde posição no mundo", artículo de Fátima Beltrão, 12.03,p.B6.  
**2000** "Banco Mundial adverte sobre pobreza do país", 14.04.p.A8.  
**2000** "Pobreza latina está pior do que a africana", 17.09, p.A12.  
**2002** "Cena hardcore arma grande festival", Michelle Assumção, 31.03.2001,p.D2

## ENTREVISTAS

- 1999** Renato Lins, em 23 de septiembre.  
**2000** Fred Zero 4, em 16 de abril.  
**2000** Grupo Nação Zumbi, em 25 de abril.

## FOLHA DE SÃO PAULO,

- 1992** “*Chico Science ‘envenena’ o maracatu*”, artículo de Luiz Antonio Giron,  
São Paulo, 31.13., p.5 A.
- 1997** “*Brasil faz o Mercosul dançar*”, artículo de A.P. Ryff en *Folha de São Paulo*, 15 de enero de 1997, (1-4).

## ISTO É

- 1999** “*A explosao do U2*”, nº1478, 28.01, (42-46).

## O GLOBO

- 1993** “*Sons inteligentes no mangue*”, en O Globo, Rio de Janeiro, 17.09.1993.  
**1993** “*Nação Zumbi mostra as novas saídas para o rock*”, artículo de Antonio Carlos Miguel en, Rio Show, Rio de Janeiro, 15.04, p.16.

## JORNAL DE BRASÍLIA

- 1994** “*Chico Science & Nação Zumbi emergem do mangue*”, artículo de Paulo Paniago, 13.04.p.4.

## JORNAL DO COMMERCIÓ

- 1991** “*Sons negros no Espaço Oásis*”, artículo de José Teles, Recife, 01.06,p.4.  
**1993** “*Mangueboys abrem o Ver de Novo Verão*”, artículo de Marcelo Pereira, Recife, 07.09, p.3.  
**1997** “*A moda mangue*”, 15.04. p.C4.  
**1997** “*Criança de domingo*”, artículo de José Teles, Recife, 04.02., Caderno Especial  
**1998** “*Vivemos a longa era da pilhagem*”, artículo de Fred Zero4, en Suplemento Cultural, jan/fev. p.31.  
**1999** “*A estética Mangue Beat*”, 03.07., Recife, p.C3.

## JORNAL O POVO

- 1995** “*Chico Science agita o pop/rock brasileiro*”, artículo de Christiane Viana, Fortaleza, 20.04, p.4-B.

## MERCADO GLOBAL,

- 1977** “*O mercado de discos no Brasil*”, no.34, año 4,03.04, p.20.

## REVISTA BIZZ

- 1993** “*Da lama para a fama. Recife inventa o mangue-beat*”, marzo, p.63.

## REVISTA MANGUENIUS

- 2002** “*Garnizé – o batera-educadordo Faces do Suburbio*”, Ano I, No. 2, abril,2000,p.15-17.

**REVISTA PROGRAMA DO JORNAL DO BRASIL**

**1994** "O som que veio do Nordeste", reportaje de Paulo Reis, Rio de Janeiro, 15.04.p.5.

**TRIBUNA DA IMPRENSA,**

**1996** "A antropofagia musical de duas gerações de Olinda", artículo de Braulio Neto, en Rio de Janeiro, 29.01.1994

**VEJA**

**1999** "Cultura brasileira", 22.12., Rio de Janeiro, Editora Abril, (282-183).

**2001** "Saga colonial", No.50, 05.01. reportaje de Ricardo Valladares, p.126.

**2002** "Ursinho e salto alto", reportaje de Daniela Pinheiro y de Thaís Oyama año 32, No.28, 14.07, (110-117),.

**SITES**

**www.elógica.com.br/users/multfaz/chico\_science/historia2**

**1998** consultado en 21,22 y 29 de junio.

**www.geocities.com/sunsitstrip/mizzamne**

**1999** consultado en 20 febrero de.

**www.aponte.com.br .**

**1999** consultado en 17 de marzo de 1998 y 12 de abril

**www.brasilianmusicup-to-date.com.br**

**1999** consultada en 09.05.

**www.zaz.com.br/manguenius**

**2000** consultado en 3 de maio.

**www.abpd.com.br/dados/dados**

**2002** consultado en 20 de niviembre de

## **GLOSARIO**

- **Abotoou o palitó** (arregló el abrigo), cuando alguien “arregla el abrigo” es alguien que está muerto.
- **Alfaias** - son los grandes tambores utilizados en el maracatu, que hacen un sonido bajo.
- **Andada** - Estar de andada, se dice cuando el cangrejo sale de tus moradas (los agujeros en la lama, cuando hay tempestades y se queda desorientados.
- **Antenar** - significa conectarse con algo o alguien.
- **Aratu** - es un cangrejo de casco rojo que vive en el mangue.
- **Armorial** - el Movimiento Armorial fue creado en la década de los setenta por Ariano Suassuna, en Recife, con la intención de acentuar las influencias ibéricas en la cultura popular local, y adornándola con características de cultura erudita.
- **Assun preto** -es un pájaro grande, de plumaje negra, que emite sonidos musicales y que es un espécimen típico del Nordeste.
- **Axé-music** - es una mezcla de *samba*, *batuque* y *frevo*, surge en Salvador de Bahía inicialmente como música carnavalesca tocada por los *tríos eléctricos* y que, por interés de las discográficas pasa a ser divulgado por todo el Brasil, a través de muchos grupos musicales. El más famoso de estos es el “É o Tchan”.
- **Baião** - es uno de los ritmos del Nordeste, que está presente en los forróes en las zonas rurales. Luiz Gonzaga fue el artista que lo divulgó para las otras regiones de Brasil y recibió de los medios de comunicación de masas la acuña de Rey del Baião.
- **Balaios** - grandes cestos de paya trenzada que la gente pobre equilibran en la cabeza y utilizada para transportar productos de las ferias.
- **Bamba** - es la marca de un zapato deportivo popular, de tejido colorido usado por personas de pocos recursos por ser más barato.Hace parte del visual creado por el Movimiento Manguebeat.
- **Batedor** - en las guerras, es el soldado que se va por delante del grupo, para reconocer el terreno, investigar se ha peligro para la tropa.
- **Batida** - es el sonido que marca el ritmo en las músicas.
- **Batuque** - también llamado de *batucadas*, son los sonidos de un tipo de música producida inicialmente por los esclavos negros con características de la música de origen africana y después asimilados por la *samba*. En el inicio

del siglo XX, los negros libertos se reunían para bailar y decían: ¡Vamos hacer una batucada! Este ritmo emerge de la música negra utilizada en las ceremonias del *candomblé* (religión con rituales propios de la región africana de Umbanda, de la cultura que vino con los esclavos). Esta música tiene una musicalidad sensual y tornase una de las formas culturales más peculiares a la cultura brasileña.

- **Berimbau eléctrico** – el berimbau es un instrumento tosco utilizado en la capoeira, tipo de lucha usada por los esclavos y disimulada como una danza. El instrumento era utilizado para conferir a la danza el ritmo de lucha. Es compuesto por una caña tosca, que tiene acoplada como caja de resonancia, para tirar los sonidos, un objeto sencillo como es la mitad de una cáscara do coco seco.
- **Bobeira** – se dice “dar bobeira”, cuando se hace una cosa sin pensar, y se expone a tener consecuencias malas. Es en el sentido de *facilitar*.
- **Brega** – es el género musical definido como *brega romántico* utiliza letras sencillas y pobres que narran las desventuras sentimentales. Son canciones de fuerte apelo popular, principalmente entre las mujeres que se identifican con ese tipo de sentimentalismo
- **Brodagem** - expresión utilizada por los jóvenes adeptos del Manguebeat para apuntar el sentimiento de sentirse hermanos y del hecho de que todos se apodian de *brother*.
- **Bumba-meu-boi** - es una manifestación del folclore nordestino que cuenta la historia de un buey que se enamora de una chica y se encuentra con la oposición de su padre. La historia es cantada y bailada, y los personajes están caracterizados de animales. En Pernambuco, los grupos de *bumba-meu-boi* aparecen durante la fiesta de Carnaval.
- **Bumba meu rádio** – es una forma híbrida de hacer referencia al bumba - meu - boi, juntando la danza folclórica con el medio de comunicación.
- **Bumbo** – es un instrumento de percusión utilizado en casi todos los ritmos brasileños. Es también llamado de surdo (sordo). Es un grande tambor que es responsable por la batida de la música.
- **Caatinga** - nombre que se le da a la vegetación baje y poco abundante, característica de la zona del Sertão del Nordeste, y con el que se denomina, también, a la región.
- **Caboclinhos** es una manifestación de la cultura popular local, que tienen

presencia más destacada en el Carnaval y que es una representación de los indígenas nativos que poblaban Brasil cuando lo descubrió Portugal. (ver en el apartado final del Capítulo II una descripción detallada).

- **Caboclo de lança** – (Caboclo de lanza) es el personaje principal del Maracate rural o Maracatu de Baque Solto, que se presenta con una lanza adornada con muchas cintas de colores y lleva una ropa llamativa y colorida.
- “**Cachorro do homem do miúdo**” es una expresión que significa: *Perro del hombre que vende vísceras* y hace referencia a los vendedores ambulantes que venden productos en los barrios y que tornan figuras populares del ambiente urbano de Recife en las primeras décadas del siglo pasado
- **Caipira** – así es llamado el hombre que vive en las zonas rurales, principalmente en el interior de Minas Gerais y São Paulo. En el Nordeste, es llamado de *matuto*.
- **Calunga** - es un pequeño muñeco, fetiche de las costumbres tribales del Congo, que es conducido en el cortejo del maracatu urbano. Tiene la significación de un tótem.
- **Canavalización** – expresión utilizada para definir la forma irreverente y alegre con que la cultura popular o el pueblo asumen un apostura de resistencia ante los elementos fuera de su cultura.
- **Caritó** - es un local, una caja de madera, en que se aprisionan los cangrejos para que engorden y puedan ser consumidos.
- **Casa grande** – es la morada en la que vivían los señores de los ingenios de caña en Brasil, en el periodo de la esclavitud.
- **Cavaquinho** - tipo de guitarra de pequeño porte, con cuatro cuerdas y que produce un sonido más agudo que el de la guitarra.
- **Cavalo marinho** - es un *auto de Navidad*, una danza que recuerda a los viajantes de los mares, introducida por los colonizadores portugueses
- **Choça** – mocambo o casebre, son denominaciones de varias regiones de Brasil para las chabolas.
- **Choro o chorinho** ( que se puede traducir al español como lloro) es un género de música que surge en Rio de Janeiro, en el inicio del siglo XX. Sus compositores, que también eran los cantantes, son llamados de *llorones*. Es un ritmo compasado y calmo, en que se usa mucha melodía para producir el efecto romántico deseado.
- **Ciranda** – danza folclórica del litoral pernambucano. Los bailarines se

poner en círculo y bailan en un ritmo lento, cantando versos que traducen la realidad local. La más famosa “cirandeira”, la persona que canta los versos, es Lia de Itamaracá, referencia a una isla del litoral de Pernambuco, donde vive la mujer.

- **Circo Voador** - ( circo volador) es llamado un antiguo circo que ha sido transformado en un espacio de creación alternativa en Rio de Janeiro. Este local, ha sido escenario, en los años noventa, de la estrena en la vida artística de varios artistas que hoy día tienen proyección nacional.
- **Clientelismo** - es así definida la relación de poder y sumisión que se establece entre los terratenientes y los campesinos en las zonas rurales de Brasil. Con el éxodo rural que ocurre a partir de la década de cincuenta, en dirección a las grandes ciudades, el clientelismo pasa a tener otra forma: la que se establece entre los políticos populistas y las clases pobres, en forma de favores que son cambiados por votos.
- **Clubes de frevo** - son agremiaciones carnavalescas que, a ejemplo de las escuelas de samba, desfilan cada año disputando un trofeo, ostentando un figurín nuevo y un frevo compuesto para la ocasión.
- **Coco** - lo mismo que coco de roda es una danza folclórica del litoral. Como la ciranda, es bailada en círculo, pero con un danzarín que se queda en el centro del círculo y inicia los versos y invita otros danzarines a cambiar de lugar con él.
- **Cordel** - se dice también, literatura de cordel, son pequeños libros, con dibujos primarios y lenguaje poco culto, que circulan en las ferias en los pueblos más pobres del Nordeste. En el inicio del siglo, eran mucho producidos, antes de la llegada de la radio y eran el medio de comunicación existente en estos locales. Los autores, llamados de *cordelistas*, los escribían relatando los sucesos de ámbito regional o nacional, como crímenes famosos, revoluciones, hechos políticos y los leían para la gente analfabeta.
- **Dobradiça, parafuso, rabo de arraia** - bisagra, tornillo y rabo de arraia (un pesce que tienen una larga cola), son pasos de la tradicional coreografía del frevo. Para ejecutarlos, los bailarines utilizan un pequeño paraguas colorido, pues el ritmo fuerte y movido determinan que estos pasos sean verdaderas acrobacias.
- **Embolada** - es una forma de cantar que tiene sus orígenes en la de los cantadores de las ferias de las zonas rurales, en varias regiones del país que

se desafiaban haciendo versos de improviso, de forma continuada, sin hacer paradas, en un canto monocordio y sincopado, acompañados de violas rústicas. Chico Science introdujo esa forma de cantar en las músicas Manguebeat.

- **Engenhos** - o Ingenios son plantaciones azucareras, unidades básicas de producción de la caña de azúcar.
- **Fanzines** - son periódicos alternativos, de los que son impresos un pequeño número de unidades, que circulan entre un público específico.
- **Frevo** - ritmo típico de Pernambuco, que se popularizó y es vendido como un ícono de la provincia (sobre el frevo, ver en el apartado final de Capítulo II).
- **Forró** - es un ritmo originado de la zona rural del Nordeste y también es definido como un local en que era tocado y bailado. El nombre se originó de una corruptela de la expresión inglesa *for all*. Los soldados norteamericanos, que estaban en las bases militares de las ciudades de Natal y Recife, durante la Segunda Guerra Mundial, llamaban así a las fiestas populares en las que la gente que vivía en los barrios populares se divertían. A estos bailes participaban democráticamente personas de todos los orígenes sociales, por esto le llamaban *for all* = para todos. La música en su forma tradicional y originaria es denominado de *forró pie de sierra* y tiene una temática rural. Con la versión urbana del grupo Manguebeat Mestre Ambrósio, surgió la denominación *pie de calzada*.
- **Ganzá** – instrumento formado por un pequeño tubo de metal cerrado que contiene en su interior semillas secas de plantas que producen sonidos al ser agitado.
- **Malandro** - es el individuo que no trabaja pero que, por su alegría de vivir y su falta de preocupación con el porvenir , vive de pequeñas contravenciones y de orgías, abandonándose al placer del baile y de la bebida.
- **Mandacaru** - vegetación característica de la región nordestina, semejante a los cactus, que tiene mucha espina y que retiene el agua en sus folias. En la época de sequía, sirven de alimento para el ganado y los individuos.
- **Mangue** - significa manglar, tipo de formación física muy común en la ciudad de Recife, ubicada a la orilla del mar y cortada por tres grandes ríos, lo que configura el tipo de terreno pantanoso que la caracteriza.
- **Manguebays y manguegirls** - como son llamados los jóvenes adeptos del Movimiento Manguebeat.

- **Maracatu** – uno de los ritmos más importantes de Pernambuco. Tiene un origen histórico que remota de la esclavitud. En el Carnaval, los grupos desfilan en un cortejo compuesto de figuras reales y símbolos de la cultura afro-brasileña. Hay dos versiones del maracatu: el Maracatu de Baque solto (suelto) que es originario de la zona rural y el Maracatu de Baque Virado, que es la versión urbana. Sobre el tema, ver en el último apartado del Capítulo II.
- **Mamata** - tiene el sentido de facilidad (¡esto es una mamata!) y de contravención (El político hizo una mamata).
- **Marchinha** - es un ritmo que surgió en Rio de Janeiro, en el inicio del siglo XX como ritmo de Carnaval. Es como una samba compuesta en compases más lentos.
- **Maxixe** - es considerado por algunos autores como el primer género musical genuinamente brasileño, fusión del tango argentino con la *habanera*, danza cubana que llega al Brasil a través de Portugal.
- **Mocambo** - es como se llama en Recife una habitación pobre, construida con barro, una chabola.
- **Modinha** - música romántica que tiene origen en Rio de Janeiro a inicios del siglo XX con la que los jóvenes enamorados realizaban serenatas en las casas de sus amadas, acompañados de guitarras.
- **Molambo** - en lenguaje directo es un trozo de paño viejo, en sentido figurado es la definición de una persona sin estructurada social y psicológica.
- **Morro** - (monte) es el lugar donde vive la población pobre en Rio de Janeiro, en chabolas, y que ocupan algunos puntos importantes de la geografía de la ciudad.
- **Mucama** - en el período de la esclavitud, eran llamadas las jóvenes esclavas que vivían en la casa grande para servir a las señoras en los trabajos del hogar.
- **Música de viola** - es un género de música sertaneja que tiene expresión en varias regiones brasileñas, mas que aparece en primer lugar en el interior de Minas Gerais, donde utiliza como temas las particularidades de la región central brasileña.
- **Música sertaneja** - música peculiar a la gente simple del campo, principalmente de Minas Gerais y São Paulo. Modernamente, tornase producto de masas, siendo apropiada por la industria discográfica, que la sofisticó, produciendo los cantantes que se presentan en espectáculos de

gala en los que se suelen utilizar recursos tecnológicos los más modernos.

- **Nação** - en el maracatu es la referencia de los orígenes de los esclavos: la nación africana.
- **Pagode** - ritmo musical, como una samba más lento, que los esclavos utilizaban para hacer música y es considerado como el origen de la samba. Después de la liberación de los esclavos, los negros lo mantienen como ritmo que bailaban en los barrios pobres donde vivían.. Los locales en que bailaban pasan a ser llamados de *pagodes*. Modernamente, son llamados de Grupos de Pagode, un género de música que es una versión de la *samba*, que nace en los años noventa con un objetivo meramente comercial. Las discográficas hacen toda una producción para que las músicas sean aceptadas por personas de todas las clases sociales. Básicamente utilizan la samba en ritmo lento y sincopado, que tienen una melodía pobre y letras sin creatividad que hablan de amor, sexo y traición. Los grupos siempre son compuestos por más de cinco chicos, siempre negros, muy bien arreglados y que bailan una coreografía sensual.
- **Palafitas** - son habitaciones construidas sobre las aguas o la lama del mangue, que tienen paredes de barro y son cubiertas de paja.
- **Pandeiro** - es un instrumento muy utilizado en la samba. Es un aro de madera recubierto por un lado con cuero de animal. En los laterales del aro hay pequeñas incisiones donde son colocados platitos de metal que suenan al ser golpeados con la mano.
- **Pastoril** - es un auto de Navidad que es representado exclusivamente por chicas, que forman dos grupos oponentes en la búsqueda por salva al Niño Jesús de un gran peligro.
- **Patata** - es un personaje incorporado al folclore del Carnaval de Recife y Olinda es Batata (patata), un camarero que no podía divertirse durante el Carnaval, pues tenía de trabajar y, para no perder la fiesta, en el miércoles de ceniza, por la mañana, salía de los bailes conduciendo un trozo de bacalao como estandarte. A esta *troça* tardía de los camareros se juntaban muchas personas. El cortejo pasó a ser conocido como “Bacalao de Patata”, tornándose una tradición del Carnaval de Olinda y hasta hoy día sigue saliendo a la calle cuando termina la fiesta, mismo sin la presencia de su fundador que ha muerto hace tres años.
- **Preaca** - es un pequeño arco con flecha de madera, que los participantes de

los Caboclinhos utilizan para hacer un ruido sordo que marca el ritmo de la música que bailan.

- **Pistão** - es un instrumento de metal y de soplo utilizado en músicas locales, como el frevo.
- **Quadrilha** - es un baile de origen francesa típico de las fiestas de San Juan y San Pedro, tradicionales en los ambientes rurales. Hoy día, también son muypreciados en las zonas urbanas. Tiene una coreografía típica, en que los pares repiten los pasos que exige el cantador de la quadrilha.
- **Rabeca** - es un tipo de violín rústico de cuatro cuerdas (con las notas la, re, sol), y se toca con un arco hecho de crin de animal. Se maneja como si fuera un violín tradicional.
- **Ranchos** - son los llamados de *blocos de da calle o trozas*, grupos de personas que se juntan, con el mismo disfraz, y forman durante el Carnaval un grupo. Tienen una organización menos formal que las *Escolas de Samba*. Algunos de ellos nacen en los barrios y están formados por vecinos que se organizan para el período de Carnaval.
- **Repente** - es lo mismo que Embolada. Repentistas son los cantadores que hacen los versos y que tocan la viola.
- **Rodas de samba** - son reuniones espontáneas de sambistas, profesionales o no, donde se bebe, se canta y se improvisan muchas canciones
- **Sambista** - nombre dado al compositor de *sambas*, o al bailarín que sabe ejecutar sus complicadas coreografías.
- **Senzalas** - eran los grandes galpones, sin ningún conforto, en que vivían los esclavos en las haciendas.
- **Sertão** - región interior de una provincia. En la región Nordeste, el sertão es una zona árida y sujeta a sequías regulares.
- **Sul maravilha** - Sur maravilla, es una expresión de desprecio, usada por los nordestinos para designar la región Centro-sur, en la que están las provincias de Rio de Janeiro y São Paulo, las más ricas e importantes del país.
- **Toada minera** - es uno de los nombres que recibe la música rural, definida como *caipira*, composiciones hechas para el gusto de personas sencillas que valorizan las cosas del campo. Es una música que refleja el ambiente rural, con profundo lirismo y sentimentalismo, y tiene unos compases lentos y característicos.

- **Toré** - la danza indígena ritual y marcial de los guerreros cuando se preparaban para la guerra.
- **Trios eléctricos** - son enormes camiones dotados con bafles de fuerte potencia que recorren las calles de las ciudades durante el Carnaval, y sobre los cuales hay grupos cantando en vivo y en directo.
- **Tupiniquim** - tiene el significado de “brasileño” y hace referencia a una tribu indígena, los Tupiniquins, una de las más importantes cuando se descubrió Brasil. Así nace el término que es un sinónimo de algo específicamente brasileño.
- **Urubus** – buitres, pájaros que hacen parte del paisaje de los manglares de Recife.
- **Xié** - tipo de crustáceo que nace en el mangue, un cangrejo pequeño que tiene una pinza larga, desproporcionada a su tamaño.
- **Xique-xique** – planta típica del sertão nordestino con características semejantes a las del Mandacaru.
- **Zabumba** - es un tipo de bombo, la matraca es formada de dos piezas de madera de 10 cm de largo y 2 cm de ancho que se toca batiendo una contra la otra y se obtiene un sonido estridente y el pistão. es un instrumento de metal, de viento.
- **Zumbi** - es un personaje histórico, con características de resistencia y contestación a la esclavitud. Era un esclavo que huye de su cautiverio y con otros esclavos libertos o rebeldes creó el Quilombo dos Palmares, en tierras del Nordeste y que fue la primera y más importante manifestación de protesta contra la esclavitud en Brasil.

## **ÍNDICE DE LAS FIGURAS DEL TEXTO**

	P.
Figura 1 – Evolución del consumo de libros en Brasil.....	100
Figura 2 – Evolución de ventas de discos en Brasil.....	119
Figura 3 - Mapa Cultural do Brasil.....	148
Figura 4 – Representación gráfica de la Tabla 1 – Temas en las letras.....	246
Figura 5 - Representación gráfica de la Tabla 2 – Idiomas presentes en las letras.....	251
Figura 6 - Representación gráfica de la Tabla 3 – Usos de expresiones Populares locales.....	253
Figura 7 - Representación gráfica de la Tabla 4 – Presencia de los símbolos Culturales.....	255
Figura 8 – Valores en las canciones, por fases y por totales.....	259
Figura 9 – Jerarquía de valores de la juventud <i>Manguebeat</i> .....	298
Figura 10 – Factores que atraen a la juventud hacia el movimiento <i>Manguebeat</i> .....	315
Figura 11 – Palabras que indican el sentimiento localista.....	325
Figura 12 - Palabras que indican a las ideas mangue.....	327
Figura 13 - Palabras que indican la identificación con la música.....	329
Figura 14- Palabras que expresan el sentido de pertenencia.....	331
Figura 15 – La importancia de los valores en las canciones y para la juventud.....	335

## **ANEXOS**

## **ANEXO 1 - FICHA DE ANÁLISIS DE CONTENIDOS DE LAS CANCIONES**

CANCIÓN: \_\_\_\_\_

No. \_\_\_\_\_

CD: \_\_\_\_\_

AUTORES: \_\_\_\_\_

DATA DO REGISTRO: \_\_\_\_\_

### 1.Temáticas más recurrentes percibidas a través de las categorías:

- a ( ) Referencias a la cultura local (alusión a personajes, símbolos, figuras, manifestaciones culturales locales)
- b ( ) Situación socioeconómica de la ciudad de Recife( representada en las letras por la visión de problemas sociales recurrentes del contexto ciudadano (miseria, prostitución, criminalidad, etc.).
- c ( ) Temas ideológicos (alusión a doctrinas revolucionarias o a personajes contestadores sociales, a la política cultural, a la dominación y a las discusiones sobre ideas en general).
- d ( ) Amor de pareja sentimental (citaciones de relaciones románticas o sexuales, las que involucran sentimientos).
- e ( ) Tecnología (referencias a aspectos de la tecnología en general y la de la comunicación, a través del uso de contenidos simbólicos o de citaciones de objetos tecnológicos).
- f ( ) Exaltación a la ciudad (uso de símbolos ambientales, históricos, políticos y económicos del Recife, o de sentimientos sobre la ciudad).

### 2.Uso de expresiones populares locales:

- a . SI ( )
- b. ( ) NO

### 3.Uso de expresiones en idiomas extranjeros:

- a. SI ( )
- b. ( ) NO
- c.( ) En el título de la canción      d.( ) no cuerpo del texto

### 4.Símbolos que representan la ciudad:

- a ( ) citaciones de iconos característicos del lugar
- b ( ) de objetos típicos    c ( ) de formas culturales (danzas, ritmos, etc)
- d ( )de personajes      e ( )de barrios
- f ( )otros elementos característicos

##### 5. Valores de la matriz Innovadora:

1. ( ) Deseo explícito de cambios en la realidad, aceptación de valores novedosos o de situaciones no aceptadas socialmente y mismo consideradas delictivas, como descumplir las leyes (Apertura a lo nuevo)
2. ( ) Actitudes nobles, despegadas de las cosas materiales (compartir el dinero o bienes con los otros), censura a actitudes y acciones materialistas (consumistas, ambiciosas, etc.) (Importancia de la esencia).
3. ( ) Benevolencia en relación a actitudes y acciones contestatarias, políticas o contra normas formales, que incluyen justificación para conductas reprobables, como uso de drogas, acciones criminosas, o violentas (Libertad absoluta).
4. ( ) Discursos que justifiquen una vida movida, o que indica satisfacción de todos los deseos o de desesperanza ante la incertidumbre del contexto (Vivir al día).
5. ( ) Hablas que atribuyen importancia a ideas, ideologías o a tener opiniones propias, y a ser fiel a ellas, mismo ante situaciones límites, y de preservar las amistades y de ser fiel a los amores (Fidelidad).
6. ( ) Actitudes o conductas que consideren el trabajo como una vía válida de realización personal, que implica hacer lo que a uno le gusta y sin tener como objetivo principal el hecho de ser un medio de obtener prestigio y bienes materiales (Idealismo profesional).
7. ( ) Situaciones de convivencia entre amigos, en las que destaque la importancia de sentirse parte de un todo, de ser amado (Compañerismo).
8. ( ) Narraciones y hablas que indiquen el sentimiento de urgencia para que las cosas ocurran, por la incertidumbre del contexto, de que todo debe ocurrir inmediatamente antes que la vida acabe (Inmediatez).
9. ( ) Frases que muestren actitudes distantes ante las amistades y los amores, que deben ser superficiales, para preservar la libertad personal y la individualidad (Superficialidad de las relaciones).
10. ( ) Esta categoría tienen el sentido semejante a la anterior, pero ésta revela contenidos que significan la justificación postmoderna, basada en la incertidumbre del contexto, de que no se debe profundizar en las relaciones interpersonales ya no vale la pena porque todo cambia rápidamente, incluso las convicciones (Transitoriedad).

11. ( ) Demostraciones de amor a la ciudad de Recife, con la citación positiva de símbolos culturales locales, de características de su gente, elogios de los personajes que incluso al denunciar sus condiciones sociales negativas, demuestran orgullo de pertenecer a ella y a su cultura (Localismo).
12. ( ) Relatos de momentos de placer, de deseos amorosos o de disfrutar de la vida, de diversión y de situaciones sexuales (Disfrutar de la vida).

Anex os \_\_\_\_\_

## ANEXO 2 - CUESTIONARIO DE LA ENCUESTA DE VALORES

QUEST.Nº \_\_\_\_\_

1.O que faz você identificar - se, sentir-se adepto do Movimento Mangue Beat?

R \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**Agora, leia com atenção as frases abaixo. Elas contém 21 valores que correspondem ao modelos de atitudes e comportamentos vigentes na vida cotidiana atual. A um só valor, o que você considera mais importante, atribua-lhe nota 7. A todos os que forem contrários aos seus princípios pontue com 0. Aos demais, deve atribuir de 1 a 6, conforme seja menos (1) ou mais (6) importante em sua vida para orientar as suas ações. Obrigada!**

OBRIGADA PELA SUA COOPERAÇÃO!

1 \_\_\_\_ Ter como objetivo de vida ser bem sucedido, traduzido na obtenção de bens materiais e de prestígio social.

2 \_\_\_\_ Manter-se aberto a todas as experimentações, provando de tudo, independente de risco pessoal.

3 \_\_\_\_ As pessoas valem por sua aparência e pelo prestígio social que desfrutam.

4 \_\_\_\_ A felicidade está em compartilhar as coisas com os outros e desfrutar da vida.

5 \_\_\_\_ A obtenção de conhecimento e de capacitação profissional tem o propósito prioritário de ter sucesso na vida.

6 \_\_\_\_ A aparência das pessoas, ou os bens materiais que possuem, não é importante e sim a sua essência.

7 \_\_\_\_ O trabalho vale como um meio de ganhar dinheiro, de obter êxito e prestígio social.

8 \_\_\_\_ Viver cada dia sem pensar no amanhã.

9 \_\_\_\_ Ser fiel às próprias idéias e às relações com as pessoas.

10 \_\_\_\_ O trabalho é uma forma de realização pessoal, que implica em fazer-se o que se gosta e não é apenas uma forma de ganhar dinheiro.

11 \_\_\_\_ É importante ter amigos, ser amado, sentir-se participante de um grupo com quem se possa contar.

12 \_\_\_\_ A liberdade pessoal depende dos direitos dos outros y dos limites sociais.

13 \_\_\_\_ Tudo deve acontecer imediatamente, pois a vida é breve.

14 \_\_\_\_ As relações com as pessoas devem ser superficiais para preservar a individualidade e a liberdade.

15 \_\_\_\_ Ser vaidoso: preocupar-se em ter uma bela aparência física, em manter-se bonito(a).

16 \_\_\_\_ O trabalho é um modo digno de ganhar a vida.

17 \_\_\_\_ A Liberdade individual deve ser ilimitada.

18 \_\_\_\_ Tudo é transitório, tudo muda, nada é definitivo: os gostos, os desejos, os sentimentos.

19 \_\_\_\_ O respeito as tradições é o que sustenta o equilíbrio da sociedade.

20 \_\_\_\_ Deve-se procurar driblar as dificuldades, dando um *jeitinho* para conseguir o que se necessita.

21 \_\_\_\_ Sentir orgulho de pertencer a uma cidade, dar valor a sua cultura.

SEXO: ( ) Masculino ( ) Feminino

IDADE: ( ) de 18 a 20 anos ( ) de 21 A 29 anos

Só estuda ( ) Só trabalha ( ) Trabalha e estuda( )

### **ANEXO 3 - FICHA DE ANÁLISIS DE CONTENIDO DE LOS COMENTARIOS JUVENILES**

#### VARIABLE 1 – Música

1. ( ) la composición como un todo
2. ( ) las letras
3. ( ) el ritmo
4. ( ) los mensajes

#### VARIABLE 2 – Ideas

1. ( ) denuncia de los problemas sociales
2. ( ) protesta por la política cultural
3. ( ) protesta por la libertad personal
4. ( ) posiciones sobre la globalización
5. ( ) posición sobre el sistema
6. ( ) posición sobre el consumismo
7. ( ) posición sobre la discriminación y el racismo
8. ( ) posición sobre el consumo de drogas
9. ( ) posición sobre el amor y las relaciones sexuales.

#### VARIABLE 3 – Sentimiento localista

1. ( ) bellezas del Recife
2. ( ) rescate cultural
3. ( ) autonomía de la ciudad
4. ( ) orgullo de pertenecer a un contexto específico
5. ( ) rechazo a lo exógeno.

#### VARIABLE 4 - Sentimiento de Pertenencia

1. ( ) ambiente en el que convive
2. ( ) las conductas de los miembros
3. ( ) el no formalismo de las conductas
4. ( ) la libertad de pensamientos y de conductas
5. ( ) la coherencia del grupo
6. ( ) pertenecer a una generación

## **ANEXO 4 - LAS LETRAS DE LAS CANCIONES ANALIZADAS**

### **1. DA LAMA AO CAOS**

Autores - Chico Science y Nação Zumbi

Posso sair daqui para me organizar  
Posso sair daqui para me desorganizar  
Da lama ao caos  
Do caos à lama  
Um homem roubado nunca se engana  
O sol queimou, queimou a lama do rio  
Eu vi um xié andando devagar  
Ví um aratu para lá e para cá  
Vi um caranguejo andando pro sul  
saiu do mangue, virou guabiru  
Oh! Josué, eu nunca vi tamanha desgraça  
Quanto mais miséria tem, mais urubu ameaça  
Peguei um balaio, fui na feira roubar tomate e cebola  
Lá passando uma véia, pegou a minha cenoura  
Ai minha véia, deixa a cenoura aqui  
Com a barriga vazia  
Não consigo dormir  
E com o bucho mais cheio comecei a pensar  
Que eu me organizando posso desorganizar  
Que eu desorganizando posso me organizar  
Da lama ao caos  
Do caos à lama  
Um homem roubado, nunca se engana

### **2.A CIDADE**

Autores - Chico Science y Nação Zumbi

O sol nasce e ilumina as pedras evoluídas  
Que crescem com a força das pedreiras suicidas  
Cavaleiros circulam vigiando as pessoas  
Não importa se são ruins, nem importa se são boas  
E a cidade se apresenta centro das ambições  
  
Para mendigos e ricos e outras armações  
Coletivos, automóveis, motos e metrôs,  
Trabalhadores, patrões, policiais, camelôs,  
A cidade não para, a cidade só cresce,  
O de cima sobe e o de baixo desce  
A cidade se encontra prostituída  
Por aqueles que a usaram em busca de saída  
Ilusora de pessoas de outros lugares  
A cidade e sua fama vai além dos mares  
No meio da esperteza internacional  
A cidade até que não está tão mal  
E a situação sempre mais ou menos

A cidade não para, a cidade só cresce  
O de cima sobe e o de baixo desce  
Eu vou fazer uma embolada, um samba, um maracatu  
Tudo bem envenenado, bom para mim e bom para tu  
Para gente sair da lama e enfrentar os urubu  
Num dia de sol Recife acordou  
Com a mesma fedentina do dia anterior

### **3. MARACATU DE TIRO CERTEIRO**

Autores - Chico Science y Nação Zumbi

De tiro certeiro, é de tiro certeiro  
Como bala que já cheira a sangue  
Quando o gatilho é tão frio  
Quando que tá na mira – o morto!  
Eh, foi certeiro – Oh se foi  
O sol é de aço, a bala escaldante  
Tem gente que é como o barro  
Que ao toque de uma se quebra  
Outros não!  
Ainda conseguem abrir os olhos  
É no outro dia assistir TV  
Mas comigo é certeiro meu irmão  
Não encosta em mim que hoje eu não tô para conversa  
Seus olhos estão em brasa  
Fumaçando! Fumaçando! Fumaçando!  
Não saca a arma não – a arma não!  
Ja ouvi, calma!  
As balas já não mais atendem ao gatilho  
Já não mais atendem ao garilho, já não  
Mais atendem...

### **4. CORPO DE LAMA**

Autores - Chico Science y Nação Zumbi

Este corpo de lama que tu vê  
É apenas a imagem que *soul*  
Este corpo de lama que tu vê  
É apenas a imagem que é tu  
Que os sol não segue os pensamentos  
Mas a chuva muda os sentimentos  
Se o asfalto é meu amigo eu caminho  
Como aquele grupo de caranguejos  
Ouvindo a música dos trovões  
Essa chuva de longe que tu vê  
É apenas a imagem do *soul*  
Esse sol de longe que tu vê  
É apenas a imagem que é tu  
Fiquei apenas pensando  
Que teu rosto parece com as minhas idéias  
Fiquei lembrando que há muitas garotas

Em ruas distantes  
Hä muitos meninos correndo nos mangues  
Distantes  
Essa rua de longe que tu vê, É apenas a imagem do *soul*  
Esse mangue de longe que tu vê, É apenas a imagem que é tu  
Se o asfalto é meu amigo...  
Deixa que os fatos sejam naturalmente  
Sem que sejam forjados/Para acontecer  
Deixar que os olhos vejam pequenos detalhes, lentamente  
Deixar que as coisas que lhe circundam  
Estejam sempre inertes/Como móveis inofensivos  
Para lhe servir quando for preciso  
E nunca lhe causar danos mortais/Físicos ou psicológicos.

### **5. MANGUETOWN**

Autores - Chico Science y Nação Zumbi

Estou enfiado na lama/É um bairro sujo  
Onde os urubus têm casa/E eu não tenho asas  
Mas, estou aqui em minha casa/Onde os urubus têm asas  
Vou pintando, segurando a parede do  
Mangue do meu quintal  
Manguetown, andando por entre os becos  
Andando em coletivos/Ninguem foge ao cheiro sujo  
Da lama da manguetown/Andando por entre os becos  
Andando em coletivos  
Ninguem foge à vida suja dos dias da/  
Manguetown  
Esta noite sairei com meus amigos  
E com as asas que os urubus me deram  
Ao dia/Eu voarei por toda a periferia  
Vou sonhando com a mulher  
Que talvez eu possa encontrar  
E ela também vai andar/Na lama do meu quintal  
Manguetown/Andando...

### **6. MACÔ**

Autores - Chico Science y Nação Zumbi

De bamba nada/Só queres barbada  
Tu tá de terno amarelo porque tá fazendo sol  
Olha só que cara desarrumado  
De chapeu torto e oculos enfeitado  
Ô Zé mané, ô/Macô  
De zambo nada tu só quer mamata  
Tu só quer ficar na minha  
Porque tô de mão cheia  
Olha só que menina bonitinha  
Para poder ficar comigo  
tem que saber de cozinha  
ô menina, ô/Macô  
De la nada, segura essa garrafa

O gargalo já tá feito/ Tais adivinhando cheia  
Olha para lá, vira o cara não dá bola  
Pega uma ficha aí, bota la na radiola  
Cadê Rogre, ô/Macô, de zambo nada...

### **7- ETNIA**

Autores - Chico Science y Nação Zumbi

Somos todos juntos uma miscigenação  
E não podemos fugir da nossa etnia  
Índios, brancos e mestiços  
Nada de errado em seus princípios  
O seu o meu são iguais/Corre nas veias sem parar  
Costume, é folclore, é tradição/Capoeira rasga o chão  
Samba que sai da favela acabada  
É *hip hop* na minha embolada  
É o povo na arte, é a arte no povo  
Não é o povo na arte de quem faz  
Arte com o povo  
Maracatu psicodélico/Capoeira da pesada  
Bumba meu rádio/Berimbau elétrico  
Frevo, samba e cores/Cores unidas e alegria  
Nada de errado na nossa etnia.

### **8.UM PASSO NO MUNDO LIVRE**

Autores – Chico Science y Fred Zero4

Um passo à frente  
E você não está mais no mesmo lugar  
Eu só quero andar nas ruas de Peixinhos  
Andar pelo Brasil/Ou em qualquer cidade  
Andando pelo mundo/Sem ter “sociedade”  
Andar com meus amigos de eletricidade  
Andar com as meninas/Sem ser incomodado  
Eu só quero andar nas ruas do Brasil  
Andar no mundo livre/Sem ter ‘sociedade’  
Andando pelo mundo, em todas as cidades  
Andar com meus amigos/Sem ser incomodado  
Andar com as meninas de eletricidade

### **9.RIOS, PONTES & OVERDRIVES”**

Autores - Chico Science e Fred Zero4

Porque no rio tem pato comendo lama  
Rio, pontes e overdrives – impressionantes  
esculturas de lama  
Mangue, Mangue, Mangue, Mangue,  
E a lama come mocambo e no mocambo, tem molambo  
E o molambo já voou, caiu lá no calçamento  
Bem no sol do meio-dia  
O carro passou por cima e o molambo ficou lá  
Molambo eu, molambo tu, molambo eu, molambo tu,

É Macaxeira, Imbiribeira, Bom Pastor, é o  
Ibura, Ipsep, Torreão, Casa Amarela,  
Boa Viagem, Genipapo, Bonifácio, Santo  
Amaro, Madalena, Bia Vista  
Dois Irmãos, é o Cais do Porto, é Caxangá,  
É Brasilit, Beberibe, CDU,  
Capibaribe e o centrão  
Rios, pontes e overdrives – impressionantes  
Esculturas de lama  
Mangue, Mangue, Mangue, Mangue,  
Rios, pontes e overdrives -- impressionantes  
esculturas de lama  
Mangue, Mangue, Mangue, Mangue,  
E a lama come no mocambo e no mocambo tem molambo  
E o molambo já voou, caiu lá no  
Calçamento bem ao sol do meio-dia  
O carro passou por cima e o molambo  
ficou lá, molambo eu, molambo tu  
Molambo, boa peça de pano para se costurar mentira  
Molambo, boa peça de pano para se costurar miséria.

## 10. BANDITISMO POR UMA QUESTÃO DE CLASSE

Autores – Chico Science & Nação Zumbi

Há um tempo atrás se falava de bandido  
Há um tempo atrás se falava de solução  
Há um tempo atrás se falava em progresso  
Há um tempo atrás que eu via televisão  
Galeguinho do Coque não tinha medo, não tinha  
Não tinha medo da perna Cabeluda  
Biu do Olho Verde fazia sexo, fazia  
Fazia sexo com seu alicate  
Oi sobe o morro, ladeira, córrego, beco, favela  
A polícia atrás deles e eles no rabo dela  
Acontece hoje, acontecia no sertão  
Quando um bando de macaco perseguia Lampião  
E o que ele falava hoje outros ainda falam  
“Eu carrego comigo: coragem, dinheiro e bala”  
Em cada morro uma história diferente  
Que a polícia mata gente inocente  
E quem era inocente hoje já virou bandido  
Para poder comer um pedaço de pão todo fodido  
Banditismo por pura maldade, banditismo  
Por necessidade  
Banditismo por uma questão de classe!

## 11.SAMBA MAKOSSA

Autores – Chico Sceince y Fred Zero4

Samba maioral!/Na roda, meu irmão?  
A responsabilidade de tocar o pandeiro

É a responsabilidade de você manter-se inteiro  
Por isso chegou a hora dessa roda começar  
Sambamakossa da pesada, vamos todos celebrar  
Cerebral, é assim que tem que ser  
Maioral, é assim que têm que ser,  
bom de cabeça e um foguete no pé  
Samba Makossa, sem hora marcada, é da pesada  
Samba, samba, samba,samba

### **12.COCO DUB**

Autores – Chico Science & Nação Zumbi

Cascos, cascós, cascós  
Multicoloridos, cérebros multicoloridos  
Sintonizam, emitem, longe  
Cascos, cascós, cascós  
Multicoloridos, homens multicoloridos  
Andam, sentem, amam  
Acima, embaixo do mundo  
Cascos, cascós, cascós  
Imprevisibilidade de comportamento  
O leito não-linear segue  
Para dentro do universo  
Música Quântico?

### **13.COMPUTADORES FAZEM ARTE**

Autor -Fred Zero4

Computadores fazem arte, /  
artistas fazem dinheiro  
Computadores avançam/  
Artistas pegam carona  
Cientistas criam o novo/  
Artistas levam a fama

### **14.MONÓLOGO AO PÉ DO OUVIDO**

Autores – Chico Science 7 Nação Zumbi

Modernizar o passado  
É uma evolução musical  
Cadê as notas que estavam aqui?  
Não preciso delas!  
Basta deixar tudo soando bem aos ouvidos  
O medo dá origem ao mal  
O himem coletivo sente necessidade de lutar  
O orgulho, a arrogância, a glória  
Enchem a imaginação de dominio  
São demônios os que destroem o poder  
Bravio da humanidade

Viva Zapata! Viva Sandino!  
Antonio Conselheiro!  
Todos os Panteras Negros  
Lampião sua imagem e semelhança  
Eu tenho certeza eles cantaram um dia!

**15. ANTENE-SE**  
Autor - Chico Science

É só uma cabeça equilibrada em cima do corpo  
Escutando o som das vitrolas que vem dos  
Mocambos  
Entulhados à beira do Capibaribe  
Na quarta pior cidade do mundo  
Recife, cidade do mangue  
Incrustada na lama dos manguezais  
Onde estão os homens caranguejos  
Minha corda costuma sair de andada  
No meio da rua, em cima dos postes  
É só uma cabeça equilibrada em cima do corpo  
Procurando antenar boas vibrações  
Procurando antenar boa diversão  
Sou, sou, sou mangueboy!  
Onde a lama é a insurreição  
Onde esstão os homens caranguejos  
Minha corda costuma sair de andada  
No meio da rua, em cima dos postes  
É só equilibrar sua cabeça em cima do corpo  
Procure antenar boas vibrações  
Procure antenar boa diversão  
Sou, sou, sou mangueboy!

**16. MATEUS ENTER**  
Autor- Chico Science

Eu vim, eu vim com a Nação Zumbi  
Ao seu ouvido falar  
Quero ver a poeira subir/E muita fumaça no ar  
Cheguei com o meu pensamento  
Trago luzes nos postes nos olhos  
Rio, p ontes no coração  
Pernambuco embaixo dos pés  
E minha mnete na imensidão

**17. SAMBA DE LADO**  
Autores – Chico Science y Fred Zero4

Faminto e calmo o samba chegou  
Domingo, de todos os lados  
Daqui pra lá, de lá pra cá

Pode escutar um som aqui no Brasil!  
Lembro que esqueci de tudo que sei  
Mas, eu escuto samba/E você samba de que lado?  
De que lado você samba?/De que lado? De que lado?  
De que lado? De que lado?/Você vai sambar?  
O problema são só problemas de mais  
E não correr atrás da maneira certa  
De solucionar  
Olha o samba do teu lado  
Do teu lado olha o samba/Do teu lado, do teu lado  
Olha o samba de teu lado  
Do teu lado, do teu lado  
Lembro quase esqueci tudo que sei  
E organizo as idéias  
Lembro que esqueci de tudo  
Mas eu escuto o samba  
E você samba de que lado?  
De que lado você samba?/De que lado? De que lado?  
De que lado você vai sambar?

### **18. UM SATELITE NA CABEÇA**

Autor – Chico Science

Como um pássaro o tempo vôa  
A procura do exato momento  
Como o que você pode fazer fosse agora  
Com as roupas sujas de lama  
Porque o barro arrodeia o mundo  
E a TV não tem olhos pra ver  
Eu sou como aquele boneco  
Que aparece no dia da fogueira  
E controla o seu próprio satélite  
Andando em cima da terra  
Conquistando o seu espaço  
É onde você pode estar agora.

### **19- RISAFLORA**

Autor – Chico Science

Eu sou um caranguejo e estou de andada  
Por sua causa, só por sua causa, só por você  
E quando estou contigo eu quero gostar  
E quando estou um pouco mais junto  
Eu quero te amar  
E aí te deitar de lado como uma flor  
Que eu tinha na mão  
E eu esqueci na escada, só por esquecer  
Apenas porque você sabe voltar pra mim  
OH! Risaflora! Vou ficar de andada até te achar  
Prometo meu amor, vou me regenerar  
OH! Risaflora! Não vou mais dá bobeira dentro de

Um caritó  
Oh! Risaflora! Não me deixe só  
Eu sou um caracngeijo e quero te gostar  
Enquanto estou um pouco mais junto  
    Eu quero te amar  
E acho que você não sabe o que é isso não  
    E sabe pelo menos você pode fingir  
    E em vez de cair em tuas mãos preferia  
        Os teus braços  
E em meus braços te levarei como uma flor  
Pra minha maloca na beira do rio, meu amor  
    Oh! Risaflora! Não me deixe só!

## **20 - ENQUANTO O MUNDO EXPLODE**

Autores – Chico Science & Nação Zumbi

A engenharia cai sobre as pedras  
Um curupira ja tem seu tenis importado  
Não conseguimos acompanhar o motor da historia  
    Mas somos batizados pelo batuque e  
        Apreciamos a agricultura celeste  
        Mas, quando o mundo explode  
    Nos dormimos no silencio do bairro  
    Fechando os olhos e mordendo os lábios  
        Sinto vontade de fazer muita coisa

## **21. AMOR DE MUITO**

Autor – Chico Science

A menida esperando seu homem chegar  
    E olhava todo dia a linha do mar  
Ela só quer escutar o que ele quer dizer  
    Ela sabe o desejo do seu coração  
        Aí ela disse: Vai querer?  
O menino esperava sua mulher chegar  
    E andava todo dia em cima do mar  
Ela só quer escutar o que ele quer dizer  
    Ele sabe o desejo do seu coração  
        Aí ele disse: por amor ou por besteira?

## **22. A PRAIERA**

Autor- Chico Science

No caminho é que se vê a praia melhor pra ficar  
    Tenho a hora certas pra beber  
Uma cerveja antes do almoço é muito bom  
    Pra ficar pensando melhor  
E eu piso onde quiser, você está girando melhor, garota!  
    Na areia onde o mara chegou a ciranda  
        Acabou de começar, e ela é!

E é praiera! Segura bem forte a mão  
E é praiera! Lembrando a revolução! Vou lembrando a revolução!  
Mas há fronteiras no jardim da razão  
E na praia é que se vê a areia melhor para deitar  
Vou dançar uma ciranda pra bebe  
Uma cerveja antes do almoço é muito bom  
Pra ficar pensando melhor  
Você pode pensar onde quer  
Que você se sente melhor  
Na areia onde o mar chegou  
A ciranda acabou de começar e ela é.  
É a praiera! Segura bem forte a mão  
E é praiera! Lembrando a revolução! Vou lembrando a revolução!  
Vou lembrando a revolução!  
Porque não há fronteiras no jardim da razão  
No caminho é que se vê a praia melhor pra ficar  
Tenho a hora certa pra beber  
Uma cerveja antes do almoço é muito bom  
Pra ficar pensando melhor

### **23. CIDADÃO DO MUNDO**

Autor- Chico Science

A estrovenga girou, passou perto do meu pescoço  
Corcoveei, corcoveei, não sou nem besta seu moço  
A cena parecia fria, antes da festa começar  
Mas logo a estrovenga surgiu rolando veloz pelo ar.  
Eu pulei, eu pulei, corri no coice macio  
So queri amatar a fome no canavial da beira do rio.  
Jurei, jurei, vou pegar aquele capitão  
Vou juntar a minha nação, na terra do maracatu  
Dona Ginga, Zumbi, Veludinho  
Segura o baque do Mestre Salú  
Eu vi, eu vi, a minha boneca vudu  
Subir e descer no espaço, na hora da coroação  
Me desculpe senhor, me desculpe  
Mas esta aqui é a minha nação  
Darê Malungo, Nação Zumbi  
É o sum, sum, sum da capital  
Só tem caranguejo esperto, saindo desse manguezal  
Eu pulei, eu pulei, corro no coice macio  
Encontrei o cidadão do mundo, no canavial da beira do rio  
Josué! Eu corri sai no tombo  
Sinão ia me lascar, segui na beira do rio  
Vim pará na capital  
Quando vi numa parede um pinico anunciar  
É liquidação total, elefante anunciou  
Ih! Tô liquidado, o pivete pensou  
Conheceu uns amiguinhos e com eles se mandou  
Ai meu velho abotoou o palitó  
Não deixe o queixo cair e segura o rojão  
Vinah cinco maloqueiro em cima do caminhão

Prepararam lá na igreja, conheceram uns irmãos  
Pediram pão pra comer, com um copo de café  
Um ficou roubando a missa e quatro deram no pé  
Chila, relê, domilindró...

## 2a. FASE

### 24. O MISTÉRIO DO SAMBA

Autor - Fred Zero4/ Marcelo Pianinho

O samba não é carioca/O samba não é baiano  
O samba não é do terreiro/O samba não é africano  
O samba não é da colina/O samba não é de salão  
O samba não é da avenida/O samba não é carnaval  
O samba não é da TV/O samba não é de quintal  
Como reza toda a tradição...  
É tudo uma grande invenção  
O samba não é emergente/O samba não é da escola  
O samba não é fantasia/O samba não é racional  
O samba não é de cerveja/O samba não é de mulata  
O samba não é do *playboy*/O samba não é liberal  
Porque o samba não é chorinho/O samba não é regional  
Como reza toda a tradição...  
É tudo uma grande invenção  
Não tem mistério...  
Não é do bicheiro/Não é do malandro  
Não é canarinho/Não é verde e rosa  
Não é aquarela/Não é bossa nova  
Não é silicone/Não é malhação  
O samba não é do Gugu  
O samba não é do Faustão  
Não é do Gugu/Nem é do Faustão  
Sem mistério...

### 25. CONCORRA A UM CARRO

Autores - Fred Zero4/ Goro/ Xef Tony

Não adianta/Não há como escapar  
Ao mundo livre  
Entramos na disputa para lhe capturar  
Porque o mercado vive em guerra  
Lidere ou suma, vença ou morra  
No submundo do consumo  
Não há lugar para escrúpulos  
Tem que ser um bom produto  
Pra sobreviver tem que se reciclar  
Cedo ou tarde/Você vai se entregar  
Ao mundo livre  
Não adianta, não há como escapar  
Porque o mercado é uma guerra  
Lidere ou suma, vença ou morra  
Na sociedade de consumo/A seleção é desumana

Tem que ser um bom produto  
E a grande intenção é monopolizar  
- "E atenção! Aqui à sua frente, a grande chance da sua vida  
Você ainda pode concorrer em uma sensacional promoção de lançamento  
Com sua fé cabine dupla zero KM."  
Corra! Concorra a um carro do ano!  
Essa é a vez do mundo livre...

## **26.POR POUCO**

Autores - Fred Zero Quatro/ Goro/ Marcelo Pianinho

Estamos quase sempre otimistas  
Tudo vai dar quase certo  
Pois o ano está quase acabando  
Depois temos quase certeza  
Que dentro em breve teremos um quase alegre carnaval  
Por pouco não trouxemos o penta  
Quase acertamos na loto/Quase compramos a casa  
Quase ganhamos o carro  
A moça da banheira ficou quase nua  
A gostosa da praia quase dá, não dá  
Quase dá, não dá mole, não  
Por pouco não ganhamos o Oscar  
Quase ficamos no emprego/ Quase pagamos a dívida  
Quase evitamos a falência  
A moça da banheira ficou quase nua  
A gostosa da praia quase dá, não dá  
Quase dá, não dá mole  
Contribuintes não contam  
Torturadores não sentem  
Esculturas de lama não morrem  
Jornalistas mortos não mentem  
Votamos no quase honesto, pois quase confiamos nele  
Acabamos de entrar pelo cano  
Por pouco não reagimos, quase nos revoltamos  
Mas quase confiamos na justiça e na sorte

## **27.LIGAÇÃO DIRETA**

Autores - Fred Zero Quatro/ Bactéria/ Xef Tony

Não precisamos de satélites  
Quem carece de cabos?/Ondas invisíveis, pra quê?  
Eu só preciso das minhas pernas pra chegar até você  
Mas eu só preciso das minhas pernas pra chegar até você  
Pra processar minha mensagem/Só ouvidos não bastam  
Eu quero que você veja mais do que o olho vê  
Você não me desliga que eu não desligo você  
Quem tem cabeça, tronco e membros tem tudo  
Nós vamos ser mais perfeitos que a mais perfeita HD  
Jogue fora sua antena/Queime seus receptores  
Tudo está ao seu alcance  
Pois eu nasci com duas pernas/Cabeça, tronco e membros

Pra chegar até você

### **28. MEU ESQUEMA**

Autor - Fred Zero Quatro

Ela é meu treino de futebol/Ela é meu domingo de sol  
Ela é meu esquema  
Ela é meu concerto de *Rock'n roll* Nação, minha torcida gritando gol  
Minha Ipanema  
Ela é meu curso de anatomia/Ela é meu retiro espiritual  
Ela é minha história  
Ela é meu desfile internacional  
Ela é meu bloco de carnaval,minha evolução...  
Galega, tento descrever o que estar com você  
Princesa, todos vão saber que eu estou muito bem com você  
Ela é minha Ilha da Fantasia/A mais avançada das terapias  
Meu *Playcenter*  
Ela é minha pista alucinada/A mais concorrida das baladas  
Meu inferninho  
Ela é meu esporte radical/ Poderosa, viciante, não faz mal  
Meu docinho  
Ela é o que meu médico receitou/Rivaldo Maravilha mandando um gol  
2Minha chapação...  
Galega, nem dá pra dizer o que é estar com você  
Princesa, todo mundo vê que eu sou mais...

### **29. BATEDORES**

Autores - Fred Zero Quatro/ Bactéria/ Goro/  
Marcelo Pianinho/ Xef Tony

“Os computadores da mega-corporação trabalham *full time, dia-após-dia*  
Seus saltos executivos circulam num mundo de fanatismo e devoção, venerando o  
onipresente deus *Naiq*  
Mesmo quando deveriam estar de folga, eles não param de pesquisar, investigando  
as ruas, buscando novas pistas  
Há décadas, eles vêm comprando e subornando congressistas, democratas,  
modernos, liberais, patrocinando campanhas presidenciais, financiando plano de  
governo, armando, tramando novos consórcios globais que assumem rapidamente o  
controle de imensos e estratégicos patrimônios estatais – enfim,  
conquistando pequenos, médios, grandes mercados emergentes em todos os  
continentes (aquilo que antes chamávamos de países)”  
Renegado, Batedor, Sou  
- “Não, não, não estamos falando só de macroeconomia ou geopolítica  
Estamos falando de mutações  
Instituições, partidos, valores e concepções (religiões, no final das contas) que se  
15 anulam ou se reciclam vulgarmente a cada rotação da terra  
De almas e mente mutantes  
Dos abjetos seres PDM – Portadores de Deficiência Moral  
Mas exibindo seus reluzentes celulares digitais, *palm-tops*, pára-brisas blindados e  
20 bonés *Naiq*, esses são apenas os patéticos vilões da nossa história  
Para enquadrarmos os heróis, temos que descolar o cenário

Visualizemos uma zona metropolitana de um mercado decadente, berço de um verdadeiro exército de desajustados batedores  
Becos da fome.../Cassetetes.../Escopetas...  
Nesse ambiente hostil, a senha para a sobrevivência consiste numa resposta equilibrada para um recorrente conflito  
De um lado a duvidosa e farsesca resistência das consagradas tradições, e de outro a perigosa sedução das antenas  
Mas um batedor não come na mão de ninguém  
Não rezamos na cartilhas dos *Naiqman*  
Nosso combustível é som  
Não aquele contaminado que as donas de casa disputam nas prateleiras de ofertas dos grandes magazines incorporados só porque já ouviram um milhão de vezes no *naiqspace* – templos sagrados de *San Naiq* que nunca serão atingidos por mísseis perdidos  
Sentimos de longe o cheiro da diluição incorporada  
Estamos sempre nas quebradas  
E temos o poder de absorver só a batida que jamais fica batida..."  
...soul-punk-dub-funk + samba demente...  
...soul-pulk-dub + cerebral samba!!!

### **30. ESQUENTA BARRACÃO**

Autor - China (Sheik Tosado)

Suor pelo rosto esquecendo o desgosto  
Roda animada e eu quero é sambar  
A vida inteira só faço implorar  
Só que no samba quem manda sou eu  
Abre logo essa roda que eu quero é sambar  
Samba noise esquenta barracão  
O tamborim soando forte/O pandeiro bem ligeiro  
Na embolada da cuíca/Suor pelo corpo inteiro  
Samba noise esquenta barracão

### **31. TODA CASA TEM UM POUCO DE ÁFRICA**

Autor - China/ Bruno Ximarú

Tradições desvirtuadas/Samba que sai da bocada  
O morro está lotado de orixás/Casas de sangue e suor  
As referências raciais/São fotos publicadas em jornais  
Toda casa tem um pouco de África  
Toda casa tem um terreiro  
Toda casa tem um pouco de África  
Toda casa tem um terreiro/E uma mucama pra lhe servir  
Movimento inesperado/Oprimido indesejado  
Ganha as ruas pelo baque solto  
E a mão que faz não derruba/Por outra mão se destrói  
Mocambo explode por todo lado  
Toda casa tem um pouco de África  
Toda casa tem um terreiro  
Toda casa tem um pouco de África  
Toda casa tem um terreiro/E uma mucama pra lhe servir

**32.HARDCORE BRASILEIRO**  
Autores - China/Bruno Ximarú

Som de caráter urbano e de salão  
Frevo passando e destroçando a multidão  
Pra quem vem de fora o som é ligeiro  
Batuque forte é o hardcore brasileiro  
Hardcore brasileiro é frevo

**33.LA URSA**  
Autor - China

Eu vim da terra/De embolada, quilombola  
Ô Matheus te passo a bola/De la ursa já cansei  
    Eu to aqui com o Papa Figo  
    Com a Cuca e o Cata Baga  
Abre logo essa porta/Que eu quero é te pegar  
    Cabelo em trança/Minha roupa se engana  
Com esse velho farrapo/Que deixaram aí de lado  
    Vamos parar de la ursa  
    Que eu já to de saco cheio  
Que la ursa quer dinheiro/E quem não dá é pirangueiro  
    Vamos parar de la ursa  
    Que eu já to de saco cheio  
        Saco cheio, saco cheio

**34. ARRANCANDO AS TRIPAS**  
Autor - PIXEL 3000 (Nação Zumbi)

Fico sempre acordado na sambada inteira  
Com os olhos virados e ouvidos colados no som  
    É aí que o elenco não falha  
    E não cai do chão  
    Pra desvendar o samba  
        Maluvido ou não  
        E sustento nas bases  
        Já vi muito por aí  
Mandaram arrancara as tripas  
Mandaram arrancara as tripas  
Mandaram arrancara as tripas  
    Do Samba  
Então peguei pela beca/No meio da graça  
Abri-lhe o bucho/E arranquei-lhe as tripas  
    Só pra ver que som que dava  
    Se era de bamba, bamba, bamba  
Mandaram arrancara as tripas  
Mandaram arrancara as tripas  
Mandaram arrancara as tripas  
    Do Samba

Ouvi dizer que andaram brincando com fogo  
Vai se molhar, vai se molhar  
Levou ponto e não desafinou...

### **35. CARANGUEJO DA PRAIA DAS VIRTUDES**

Autor - Pixel 3000

Digo sem receio que conheço esse meio  
Entre os balcões onde repousam as garrafas  
Com mesas servindo pra batucadas  
Se respondo as batidas com os calcanhares  
É sempre aí que não deixo sobrar nada  
A lâmina corria  
A vista escurecia  
E a multidão nem via  
Se espremia toda a cidade  
Caranguejo em praia, não faz bondade  
Pisou macio com esperteza gravitacional  
Pisou macio com leveza pra não se dar mal  
Os ecos sentavam ao lado dos barracões  
E as donas reverberando, virando os olhos  
Com opiniões  
Nas quebradas com sua pastorinha no boldo  
O caranguejo da Praia das Virtudes  
Sem medo, sem medo...

### **36. ANTROMANGUE/ BRASÍLIA**

Autores - Dr. Charles Zambohead/ Pixel 3000

As vezes o mundo gira como um barulho  
Que parece um motor de Brasília  
Caminhando pelas ruas  
Onde vejo o poder de um motor  
De Brasília  
Estamos na América do Sul  
E um vento forte sopra em seu favor  
Rosto é de se admirar a boa educação  
Do motor de Brasília/E que as vezes eu acho que minha fome  
É uma ficção da verdadeira  
Enquanto escuto o barulho?Do motor de Brasília  
E que você não sabe/Onde vai sua almaEnquanto toca a música  
Do motor de Brasília  
Estamos na América do Sul  
E um vento forte sopra em seu favor Rosto  
A tecnologia do povo/É a vontade

### **37. QUANDO A MARÉ ENCHER**

Autor -Fábio Trummer

Fui na rua pra brincar/Procurar o que fazer  
Fui na rua cheirar cola/Arrumar o que comer  
Fui na rua jogar bola/Ver os carro correr  
Tomar banho de canal/Quando a maré encher  
Quando a maré encher, quando  
a maré encher  
Tomar banho de canal, quando/a maré encher  
É pedra que apóia tábua/Madeira que apóia telha  
Saco plástico, prego, papelão/Amarra corda, cava buraco  
Barraco/Moradia popular em propagação  
Cachorro, gato, galinha, bicho/De pé  
E a população convive em/Harmonia normal  
Faz parte do dia-a-dia  
Banheiro, cama, cozinha no chão  
Esperança fé em Deus/Ilusão  
Quando a maré encher, quando a maré encher  
Tomar banho de canal, quando a maré encher

### **38. DO MOTE DO DR. CHARLES ZAMBOHEAD/AZOUQUE**

Autores- Pixel 3000 y Amaro Satélito

Caminando alto por todo o grande subúrbio  
La longe, afastado do centro  
Perto daquele vento assim passo o tempo  
Mas nesse mundo continuo aceso  
Acordado no meu pensamento  
Na beira da maré lembro do cheiro do que passou  
Lembranças ruindo na minha cabeça  
Volto no tempo se quiser  
Serra da Barriga, olhando tudo de novo  
O grande quilombo tropical  
Calções, mantos, camisa de cetim  
Tenho também meias compridas  
Guarda-peito enfeitado com espelhos  
Tenho cores no chapéu  
E as alfaias enfeitadas com areia brilhante  
Com este enfeite se pode até entrar no céu!  
Mas eu não me iludo, nem faço mal  
Mesmo com todo este Carnaval  
Caminhando alto, caminhando alto...