



UNIVERSIDADE DE COIMBRA
FACULDADE DE CIÊNCIAS E TECNOLOGIA | DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DA VIDA | ANTROPOLOGIA
SOCIAL E CULTURAL

MARIA CLARA MAGALHÃES DE VASCONCELOS

**Identidade cultural alterna e consumo:
um estudo etnográfico sobre a comunidade alterna de Recife**

Coimbra, Portugal
2012

MARIA CLARA MAGALHÃES DE VASCONCELOS
(Matrícula número 2010100674)

**Identidade cultural alterna e consumo:
um estudo etnográfico sobre a comunidade alterna de Recife**

Dissertação apresentada à Universidade de Coimbra para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Antropologia Social e Cultural, realizada sob a orientação científica do Professor Doutor Fernando José Pereira Florêncio (FCTUC).

Coimbra, Portugal
2012

AGRADECIMENTOS

Sou e serei eternamente grata ao meu marido e melhor amigo Jailson, por todo o apoio e compreensão;

Aos meus pais Maria do Carmo e Kesalon, e minha irmã Maria Eduarda, pela educação, pelo carinho e pela torcida ainda que à distância;

Ao corpo docente da Faculdade de Ciências da Administração de Pernambuco da Universidade de Pernambuco e especialmente ao Professor Fernando Braga, por ter proporcionado o início do meu percurso acadêmico guiado pelo espírito crítico.

Ao orientador Professor Fernando Florêncio, pela atenção sempre presente, pela presteza e pela enorme contribuição nesta dissertação;

Aos professores do Mestrado em Antropologia Social e Cultural da Universidade de Coimbra pelos conhecimentos ministrados. Todos foram fundamentais para a construção deste trabalho;

Aos colegas de Coimbra pelas alegrias e angústias compartilhadas;

Aos meus queridos amigos, que mesmo de longe fazem parte do meu dia-a-dia;

A todos que direta ou indiretamente contribuíram para o presente momento, especialmente para aqueles que gentilmente me cederam tempo para as entrevistas, o meu muito obrigada.

RESUMO

A presente dissertação tem por propósito analisar e interpretar a identidade cultural do *alterna* de Recife¹. O *alterna* seria alguém que busca se diferenciar das majorias no que diz respeito ao consumo.

Mais especificamente este trabalho se debruça sobre a análise de comportamentos dos membros da comunidade *alterna* engatados pelo consumo – não somente de bens materiais, mas também de bens imateriais como o consumo de arte, música, cinema e tecnologias.

Foi realizado um estudo etnográfico, somado a pesquisas documentais e entrevistas, os quais possibilitaram a este trabalho abordar o consumo individual e colectivo sob duas ópticas, as noções que o próprio *alterna* tem de si e como enxerga seu consumo, e a noção que não *alternas* têm destes.

PALAVRAS-CHAVE

Alterna, cultura e identidade, consumo, etnografia.

¹ Cidade localizada na região Nordeste do Brasil.

ABSTRACT

The purpose of this dissertation is to analyze and interpret the cultural identity of the *alterna* from Recife². The *alterna* would be someone who tries to differentiate itself from the majority by the consumption.

More specifically this dissertation focuses on the analysis of the behaviours from the members of the *alterna* community engaged by consumption - not only material goods but also intangibles such as the consumption of art, music, films and technology.

An ethnographic study was conducted, combined with desk research and interviews, which enabled this work to address the individual and collective consumption by two approaches, firstly the notion that the *alterna* by itself and how it visualizes its consumption, and secondly the notion that the non *alterna* has of the *alterna* community.

KEYWORDS

Alterna, culture and identity, consumption, ethnography.

² City located in north-eastern, Brazil.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Capa de disco da Orquestra Armorial 1975.

Fonte: <http://www.luizamerico.com.br/fundamentais-orquestraarmonial.php> (acesso em 14/12/2011).

Figura 2 – Capa de disco da Orquestra Armorial 1979.

Fonte: <http://www.acervoorigens.com/2010/12/orquestra-armorial-29122010.html> (acesso em 14/12/2011).

Figura 3 – Quinteto Armorial.

Fonte: <http://soulart.org/musica/quinteto-armorial-1980-sete-flechas/> (acesso em 12/12/2011).

Figura 4 – Capa do disco Do romance ao galope nordestino do Quinteto Armorial 1974.

Fonte: <http://radiolinha.blogspot.com/2010/09/quinteto-armorial-do-romance-aogalope.html> (acesso em 12/12/2011).

Figura 5 – Capa do disco Sete flechas do Quinteto Armorial 1980.

Fonte: <http://soulart.org/musica/quinteto-armorial-1980-sete-flechas/> (acesso em 12/12/2011).

Figuras 6 e 7 – Chico Science.

Fonte: http://www.onordeste.com/onordeste/enciclopediaNordeste/index.php?titulo=Chico+Science<r=c&id_perso=193 (acesso em 26/01/2012).

Figura 8 – Chico Science, Fred Zeroquatro e outros componentes das bandas Chico Science e Nação Zumbi e Mundo Livre S/A.

Fonte: <http://www.fredjordao.com.br/blog/?data=2009-03> (acesso em 26/01/2012).

Figura 9 – Capa do CD Da lama ao caos da banda Chico Science e Nação Zumbi 1994.

Fonte: <http://sequelacoletiva.wordpress.com/2011/05/06/lp-chico-science-nacao-zumbi-dalama-ao-caos-1994/> (acesso em 26/01/2012).

Figura 10 – Capa do CD Afrociberdelia da banda Chico Science e Nação Zumbi.

Fonte: <http://labirintosemlimites.blogspot.com/2009/03/chico-science-nacao-zumbi.html> (acesso em 26/01/2012).

Figura 11 – Estátua de Chico Science na Rua da Moeda.

Fonte: http://www.demetrioesculturas.com/2007/index.php?option=com_content&task=blogsection&id=1&Itemid=74 (acesso em 26/01/2012).

Figura 12 – Divulgação de evento Recife I

Fonte: <http://www.revistaogrito.com/page/blog/2012/02/06/guaiamum-treloso-muda-endereco-e-arrasta-descolados-previa->

alterna/?utm_source=feedburner&utm_medium=feed&utm_campaign=Feed%3A+revistao+grito+%28Revista+O+Grito%21%29 (acesso em 04/04/2012).

Figura 13 – Divulgação de evento Recife II

Fonte: <http://www.divulgarecife.com/shows/uk-programacao-alterna-sextas-janeiro/> (acesso em 04/04/2012).

Figura 14 – Divulgação de evento Recife III

Fonte: <http://www.divulgarecife.com/shows/quarto-pedaco-poco-panela/> (acesso em 04/04/2012).

Figura 15 – Comunidade no Orkut

Fonte: [http://www.orkut.com/Main#Main\\$Community?cmm=162808&hl=pt-BR](http://www.orkut.com/Main#Main$Community?cmm=162808&hl=pt-BR) (acesso em 04/04/2012).

Figura 16 – Movimento Ocupe Estelita

Fonte: <http://www.facebook.com/#!/events/209986855778971/> (acesso em 20/04/2012).

Figura 17 – Indumentária *alterna*

Fonte: <http://gabialbuquerque.wordpress.com/tag/cinema/> (acesso em 16/04/2012).

Figura 18 – Cartaz de festa temática em razão do aniversário da cantora Madonna

Fonte: <http://www.facebook.com/photo.php?fbid=266543063361262&set=a.103774646304772.8135.100000167127323&type=3&permPage=1> (acesso em 19/04/2012).

Figura 19 – Cartaz de festa na mesma data em que o cantor Paul McCartney se apresenta na cidade

Fonte: <http://www.facebook.com/photo.php?fbid=434343419914558&set=a.341193775896190.99976.100000167127323&type=3> (acesso em 19/04/2012).

Figura 20 – Cartaz de festa realizada na semana em que o governo dos Estados Unidos anunciou a morte de Osama Bin Laden

Fonte: <http://www.facebook.com/photo.php?fbid=221209307894638&set=a.103774646304772.8135.100000167127323&type=3> (acesso em 19/04/2012).

Figura 21 – Programação Cinema da Fundação Joaquim Nabuco

Fonte: http://www.fundaj.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=247&Itemid=227 (acesso em 18/04/2012).

Imagem 22 – Noções dos outros

Fonte: <http://dicasdecomoser.blogspot.pt/2010/01/1-post-dicas-de-como-ser-alternativa.html> (acesso em 19/04/2012).

Figura 23 – Cine PE 2010

Fonte: http://marcozero.rec.br/wp-content/uploads/2011/04/+-Outdoor_Lonado_917x345m+10cm-Sangria.jpg (acesso em 19/04/2012).

Figura 24 – II Janela Internacional de Cinema do Recife

Fonte: http://quadro-magico.blogspot.pt/2009_07_01_archive.html (acesso em 19/04/2012).

Figura 25 – IV Janela Internacional de Cinema do Recife

Fonte: <http://www.aprancheta.com/tag/recife/> (acesso em 19/04/2012).

Figura 26 – Cine PE 2011

Fonte: <http://www.martpet.com.br/site/wp-content/uploads/2011/08/5.jpg> (acesso em 19/04/2012).

Figura 27 – Expectativa 2011/Retrospectiva 2010

Fonte: <http://cinemadafundacao.blogspot.com> (acesso em 21/04/2012).

Figura 28 – Cartaz Coquetel Molotov 2010

<http://www.meiodesligado.com/2010/09/festival-no-ar-coquetel-molotov-2010.html> (acesso em 19/04/2012).

Figura 29 – Cartaz Coquetel Molotov 2005

Fonte: <http://www.revistaogrito.com/page/blog/2005/06/18/entrevista-viviane-menezes-coquetel-molotov/> (acesso em 19/04/2012).

Figura 30 – Cartaz comemorativo de exposição pelos 20 anos do Abril pro Rock

Fonte: <http://www.leiaja.com/cultura/2012/mamam-e-abril-pro-rock-lancam-mostra-poster-arte-design> (acesso em 19/04/2012).

Figura 31 – Cartaz Abril pro Rock 2011

Fonte: <http://metalreunionzine.blogspot.pt/2011/04/abril-pro-rock-2011-15-e-17042011.html> (acesso em 19/04/2012).

ÍNDICE

Introdução	1
Capítulo I – Contextualização	5
Recife	5
Josué de Castro	9
Movimento Manguebeat	11
Capítulo II – Ferramentas Conceptuais	22
Identidade Cultural	22
Comunidade	26
Consumo	29
Culturas híbridas	34
Capítulo III – Metodologia.....	37
Capítulo IV – Identidade <i>alterna</i>	41
O termo	41
Noções de si e consumo.....	44
Noções dos outros.....	52
Identidade alterna x Identidade Manguebeat	54
Capítulo V – Comunidade <i>alterna</i>	56
Comportamento	56
Mercado	58
Considerações Finais	63
Referências	66
Anexos	69
Anexo 1.....	70
Anexo 2.....	72

Introdução

Este trabalho de investigação tem por intuito compreender, com base nas práticas de consumo, as construções identitárias do grupo social recifense denominado *alterna*³, possibilitando, dessa forma, interpretar seus códigos culturais e tentar identificar as motivações para os comportamentos que resultam dessas construções, como o processo de geração de valores e formas de consumo.

De acordo com os conceitos desenvolvidos pela antropologia do consumo, o comportamento de compra não é mais utilitarista e dependente de variáveis unicamente económicas, mas é factor de aceitação e exclusão social, é um comportamento com o objectivo de afirmação de uma identidade cultural e, portanto, é pautado também por condicionantes culturais. Tal abordagem corrobora a ideia de que conhecendo a cultura identitária de um grupo social, pode-se conhecer, por exemplo, as motivações para acções como o consumo entre outras características deste mesmo grupo social.

Para este trabalho foram buscadas referências bibliográficas sobre os temas antropologia do consumo, construções identitárias, comunidades, cultura, sociedade e estilos de vida e hibridismo cultural. Desta forma, com o intuito de garantir um consistente arcabouço teórico, foram consultados, livros, sites, artigos críticos e periódicos, entre outras fontes.

Esta dissertação contou ainda com a execução de um trabalho de campo que conciliou um estudo etnográfico na cidade de Recife e a realização de entrevistas com pessoas pertencentes ou não à comunidade *alterna*. A etnografia possibilitou, através da convivência e de diálogos abertos, um grau de densidade e de veracidade das informações necessário para a compreensão do consumo na comunidade *alterna*. O trabalho etnográfico foi ainda de fundamental importância para garantir a maximização de aproveitamento na

³ O *alterna* seria alguém que busca se diferenciar das maiorias no que diz respeito ao consumo. Enquanto a maioria das pessoas em Recife consome filmes comerciais, por exemplo, o *alterna* consome filmes não comerciais e de directores independentes. As práticas de consumo e as motivações para tais serão tratadas nos capítulos IV e V.

realização das entrevistas, visto que durante o estudo etnográfico foram obtidas informações de extrema relevância para a formulação do roteiro de entrevistas, bem como para a selecção de entrevistados.

Tendo em vista que a cidade estudada foi Recife, faz-se necessária a colocação de conhecimentos específicos tais quais questões referentes à geografia da cidade e aos movimentos culturais decorridos na história do município, nomeadamente os Movimentos Regionalista, Armorial e Mangubeat, sendo esse último apontado como Movimento deflagrador do comportamento *alterna*.

Tendo o Movimento Mangubeat a importância supracitada, este trabalho procura dissecar tal Movimento expondo suas características, seus objectivos, narrando sua história e confrontando pontos da cultura Mangubeat com pontos da cultura *alterna*.

Na sequência é feita uma breve explanação sobre o que é tratado, neste trabalho de investigação, em cada um dos capítulos desenvolvidos:

O primeiro capítulo, Contextualização, subdividido em Recife, Josué de Castro e Movimento Mangubeat, faz esclarecimentos necessários para a compreensão do objecto de estudo. Recife é uma cidade fortemente marcada por uma cultura de manifestações culturais com uma profunda relação de pertencimento ao solo, tendo o trabalho de campo decorrido no Recife, é construído um breve histórico da cidade, no que diz respeito aos Movimentos Culturais. O Movimento Mangubeat é apontado como Movimento deflagrador da comunidade *alterna*, e finalmente Josué de Castro, personalidade de extrema relevância para a compreensão deste trabalho, em sua história e literatura, localiza o leitor quanto à cidade de Recife e quanto aos preceitos do Movimento Mangubeat. A análise que Josué de Castro faz é multidisciplinar e abarca questões geográficas e de saúde pública sempre traçando um parecer sociológico.

O segundo capítulo, Ferramentas Conceptuais, traz uma série de definições fundamentais para tornar do conhecimento do leitor as significações adoptadas para os termos identidade cultural, comunidade, consumo e culturas híbridas, usadas ao longo do trabalho.

No terceiro capítulo, é abordada a metodologia utilizada, justificando as escolhas feitas quanto às ferramentas metodológicas, expondo os propósitos, como decorreu cada uma das fases e quais foram as actividades realizadas.

No capítulo IV, Identidade *alterna*, são abordadas as conclusões levantadas a partir da investigação no que diz respeito à identidade cultural do *alterna*. O capítulo é subdividido de maneira a facilitar o entendimento quanto aos resultados obtidos com a etnografia, as entrevistas e o levantamento bibliográfico. Neste capítulo é abordado o emprego do termo *alterna*, já que, muito embora o conceito ao qual se chegou a partir das características do *alterna* seja amplamente difundido pela cidade, o termo, propriamente dito, vem sendo empregado há pouco tempo, de maneira que existem algumas outras terminologias utilizadas e que serão expostas neste trabalho.

Ainda no capítulo IV é feita uma análise do consumo descrito nas entrevistas ou observado no estudo etnográfico, neste ponto são colocadas as características do consumo e são apontadas as possíveis motivações para as escolhas feitas quotidianamente. São ainda tratadas as noções que o *alterna* tem de si, bem como as noções que as outras pessoas tem do *alterna*. Visto que o Movimento Mangubeat é apontado como deflagrador cultural do *alterna*, é ainda feito um comparativo entre a identidade *alterna* e a identidade Mangubeat.

No quinto capítulo são trazidas questões referentes à comunidade *alterna*, ou seja, são analisados os comportamentos colectivos, os mecanismos de encaixe social presentes na comunidade, o *alterna* é visto desta vez de maneira colectiva. Uma vez que se trata de uma comunidade numerosa e consome bens e serviços específicos, a comunidade *alterna* é enxergada como público-alvo para certas empresas e promotores de eventos, sendo assim a comunidade *alterna* entendida como mercado alvo com bens e serviços voltados para ela e o seu consumo característico.

Por decisão de não alargamento do foco de investigação, questões relativas aos comerciantes e as suas visões acerca dos *alternas* não foram examinadas neste estudo. A análise da comunidade alterna enquanto mercado alvo – ou a existência de um mercado de bens e serviços voltados para a comunidade *alterna* – foi realizada a partir da etnografia e das entrevistas, considerando os eventos, lojas, bares, restaurantes, cafetarias e etc. que possuem como característica a presença proeminente do público *alterna*. O entendimento dos comerciantes sobre o público *alterna* não foi investigado, porque aqui se buscou o focar no consumo genuíno da comunidade e não nos mecanismos usados pelo comércio para impulsionar o consumo deste mercado alvo.

Nas Considerações Finais são deixadas as conclusões finais obtidas a partir da investigação de maneira a concatenar as ideias lançadas ao longo do trabalho.

E finalmente, foram anexados alguns materiais considerados relevantes para uma maior interação com o conteúdo abordado nesta dissertação.

Capítulo I – Contextualização

Para uma melhor compreensão do tema que se segue, é de fundamental importância contextualizar a pesquisa, dada a particularidade do objecto de estudo. A investigação foi realizada na cidade de Recife e levou em consideração movimentos culturais os quais são parte da história do Estado. Desta forma, serão colocados pontos relevantes para conhecimento do terreno estudado bem como do tratamento teórico utilizado de maneira a explorar brevemente temas pertinentes à compreensão do objecto estudado.

Recife

Recife, a cidade escolhida para a realização da pesquisa, é a capital do Estado de Pernambuco, está localizada no litoral nordestino e foi palco de muitas revoluções, entre as quais as revoluções culturais. É parte da história da cidade a inquietação cultural e político-social, não se pode conhecer qualquer identidade cultural recifense sem que se conheça o histórico de efervescência cultural sempre presente.

Em 1926 um grupo de homens de variados graus de instrução e vários Estados nordestinos se reunia periodicamente para discutir os problemas do Nordeste brasileiro, e para desenvolver uma nova espécie de regionalismo num sentido de regionalidade acima do de pernambucanidade. O que se buscava era a superação do estadualismo, era “substituí-lo por novo e flexível sistema em que as regiões, mais importantes que os Estados, se completem e se integrem ativa e criadoramente numa verdadeira organização nacional.” (Freyre 1996, p.49).

“O Regionalismo surgiu no início do século com intenção de desenvolver o sentimento de unidade do Nordeste dentro dos novos valores modernistas,

pregando a conservação dos valores tradicionais. Essa tendência sempre foi alimentada (e até hoje, em parte o é) pelas políticas oficiais de incentivo à produção cultural no Estado. Em torno da intenção de unificação, se aglomeravam diversos intelectuais que acreditavam no Regionalismo como uma maneira de não perder de vista as raízes culturais em meio às tendências modernistas.” (Fonseca 2005, p.1)

O Movimento Regionalista, deflagrado em Recife, encabeçado por Gilberto Freyre⁴ e elucidado através de sua obra intitulada Manifesto Regionalista⁵, uniu modernismo e tradicionalismo – ao enriquecer a visão de mundo a partir de valores regionais – e influenciou grandes nomes da literatura e da arte brasileira, além de fazer parte da construção identitária recifense. O que se buscava não era um separatismo, mas uma nova administração do Brasil, desta vez regional,

“... o que se impõe aos estadistas e legisladores nacionais é pensarem e agirem inter-regionalmente. E lembrem-se sempre de que governam regiões e de que legislam para regiões interdependentes, cuja realidade não deve ser esquecida nunca pelas ficções necessárias, dentro dos seus limites, de "União" e de "Estado". O conjunto de regiões é que forma verdadeiramente o Brasil. Somos um conjunto de regiões antes de sermos uma coleção arbitrária de "Estados", uns grandes, outros pequenos, a se guerrearem economicamente como outras tantas Bulgárias, Sérvias e Montenegros e a fazerem às vezes de partidos políticos – São Paulo contra Minas, Minas contra o Rio Grande do Sul – num jogo perigosíssimo para a unidade nacional” (Freyre 1996, p.49).

Mas a preocupação não era apenas econômica, o que se visava era também resgatar valores tradicionais do Nordeste, como a culinária, o folclore, a literatura, os costumes e abolir a importação de novidades estrangeiras. (Freyre 1996)

⁴ Pernambucano, nascido em Recife, Gilberto Freyre é o autor de Casa-Grande & Senzala e o único brasileiro distinguido pela rainha da Inglaterra com o título de Cavaleiro Comandante do Império Britânico. Foi director do primeiro curso de Antropologia Social e Cultural na Universidade do Distrito Federal, membro da Academia Pernambucana de Letras, um dos pioneiros no estudo histórico e sociológico dos territórios de colonização portuguesa chegando a criar o ramo de pesquisa Lusotropicologia.

⁵ O Manifesto Regionalista, escrito por Gilberto Freyre, trazia as premissas do Movimento Regionalista, destacando os propósitos, ideais, e principalmente salientando a pertinência do movimento frente às propostas modernistas produzidas em São Paulo. Em síntese o que o Manifesto propunha era o desenvolvimento de um sentimento de unidade regional nordestino através da reabilitação de valores regionais e tradicionais do Nordeste.

Já na década de 70, Recife foi celeiro para mais uma manifestação cultural. Desta vez, tendo como precursor Ariano Suassuna⁶, o Movimento Armorial surgiu em ambiente acadêmico – com o apoio do Departamento de Extensão Cultural da Pró-Reitoria para Assuntos Comunitários da Universidade Federal de Pernambuco –, mas posteriormente recebeu o apoio da Prefeitura do Recife e da Secretaria de Educação do Estado de Pernambuco, e trouxe como marco de fundação um concerto da Orquestra Armorial de Câmara⁷ e uma exposição de artes plásticas realizados no dia 18 de Outubro de 1970 na Igreja de São Pedro dos Clérigos. O que o movimento pretendia era ”realizar uma Arte brasileira erudita a partir das raízes populares da nossa Cultura.” (Suassuna 1974, p.9), ou seja, da cultura nordestina.

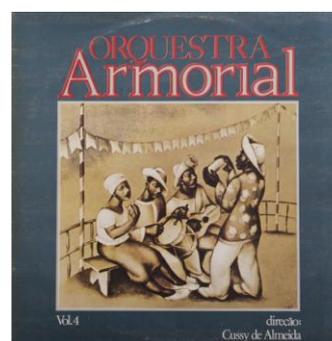
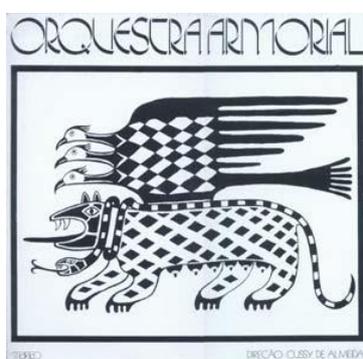


Figura 1 – Capa de disco da Orquestra Armorial 1975.

Fonte: <http://www.luizamerico.com.br/fundamentais-orquestraarmorial.php> (acesso em 14/12/2011).

Figura 2 – Capa de disco da Orquestra Armorial 1979.

Fonte: <http://www.acervoorigens.com/2010/12/orquestra-armorial-29122010.html> (acesso em 14/12/2011).

O Movimento integra música, literatura, peças de arte como tapeçarias, esculturas, gravuras, cerâmica, enfim, produtos da cultura popular e sintetiza tais elementos e figuras com obras clássicas de repercussão universal. É, entretanto, imperioso para o Movimento

⁶ Advogado, professor, dramaturgo, romancista, Ariano Vilar Suassuna nasceu em João Pessoa na Paraíba, mas há muitos anos mora em Recife, Pernambuco. É autor de vários clássicos da literatura brasileira, fundador do Conselho Federal de Cultura, do Conselho Estadual de Cultura de Pernambuco, do Teatro Popular do Nordeste e do Movimento de Cultura Popular, membro da Academia Brasileira de Letras, o escritor foi também Secretário de Educação e Cultura do Recife. Idealizador do Movimento Armorial, Ariano é partidário do resgate às raízes populares da cultura regional.

⁷ Também conhecida como Orquestra Armorial, foi criada em 1970, por Cussy de Almeida, director do Conservatório Pernambucano de Música. Trata-se de uma orquestra de cordas que integra os membros do Quinteto Armorial, que será abordado mais a frente.

repelir a importação massiva de itens completamente destoantes da cultura local, principalmente a influência norte americana nos costumes regionais.

O direcionamento de várias modalidades artísticas – cinema, teatro, arquitectura, dança, literatura, etc. – em prol de uma produção cultural que resgata atmosferas sonoras e visuais tradicionalmente nordestinas, contou com a participação de várias personalidades da música, literatura, artes plásticas, e meio artístico e intelectual de uma forma geral. Ariano, juntamente com alguns dos contribuidores do Movimento Armorial, organizou a formação de uma orquestra de música erudita nordestina. Denominada Quinteto Armorial, a orquestra é constituída por duas flautas, um violino, uma viola de arco, além da percussão.



Figura 3 – Quinteto Armorial.

Fonte: <http://soulart.org/musica/quinteto-armorial-1980-sete-flechas/> (acesso em 12/12/2011).

Figura 4 – Capa do disco Do romance ao galope nordestino do Quinteto Armorial 1974.

Fonte: <http://radiolinha.blogspot.com/2010/09/quinteto-armorial-do-romance-ao-galope.html> (acesso em 12/12/2011).

Figura 5 – Capa do disco Sete flechas do Quinteto Armorial 1980.

Fonte: <http://soulart.org/musica/quinteto-armorial-1980-sete-flechas/> (acesso em 12/12/2011).

Sobre a palavra que deu nome ao Movimento artístico cultural, Ariano declara,

“Este termo é ligado aos esmaltes da Heráldica, limpos, nítidos, pintados sobre metal ou por outro lado, esculpidos em pedra, com animais fabulosos, cercados por folhagens, sóis, luas e estrelas. Foi aí que, meio sério, meio brincando, comecei a dizer que tal poema ou tal estandarte de Cavallhada era ‘armorial’, isto é, brilhava em esmaltes puros, festivos, nítidos, metálicos e coloridos, como uma bandeira, um brasão ou um toque de clarim (...). A unidade nacional brasileira vem do Povo e a heráldica popular brasileira está presente, nele, desde os ferros de marcar bois e os autos Guerreiros do Sertão, até as bandeiras das Cavallhadas e as cores azuis e vermelhas dos Pastorís da Zona da Mata. Desde os estandartes de Maracatus e Caboclinhos, até as

Escolas de Samba, as camisas e as bandeiras dos Clubes de futebol do Recife ou do Rio”. (Suassuna 1974, p.9 e 11)

Trata-se, portanto, de um Movimento que até no nome busca a retoma das raízes culturais, raízes estas não somente para que sejam apreciadas distantes como em museus, mas o que o Movimento Armorial convida é à utilização de elementos da cultura popular tradicional na criação de obras actuais, o convite é para criar um ponto de intersecção entre o popular e o erudito.

Josué de Castro

Josué Apolônio de Castro nasceu em Recife no dia 5 de Setembro de 1908, graduou-se em medicina pela Universidade do Brasil, hoje Universidade Federal do Rio de Janeiro, em 1929, é, entretanto, mais fortemente pelo seu trabalho multidisciplinar que Josué de Castro é reconhecido. Optou por estudar a fome, mas não somente pela perspectiva de médico, mas de forma crítica, analisou questões sociológicas, económicas e geográficas da fome. (Fernandes 2000)

Desde pequeno Josué conseguia enxergar semelhanças entre os habitantes do mangue⁸ do rio Capibaribe⁹ e os caranguejos e é assim que ele descreve Recife,

“Foi nesses bancos de solo ainda mal consolidado — mistura ainda incerta de terra e água — que nasceu e cresceu a cidade do Recife, chamada de cidade anfíbia, como Amsterdã e Veneza, porque assenta as massas de sua construção quase dentro da água, aparecendo numa perspectiva aérea, com

⁸ Mangue é o nome dado a diversas árvores das costas pantanosas, com raízes que se entrelaçam por cima da água. O termo é também comumente utilizado como abreviatura para manguezal ou mangal, lugar onde crescem os mangues. O manguezal é uma região formada pela transição das águas de um ou mais rios com o oceano. Possuindo um solo pantanoso formado pelo material trazido pelo rio, apresenta uma grande variedade orgânica e uma formação vegetal característica nas regiões tropicais e subtropicais, que se sustenta pelo entrelaçamento de inúmeras raízes que fixam os detritos e consolidam o solo. A fauna dos mangues é predominantemente constituída por crustáceos, ostras, mariscos e caranguejos, que além de contribuir para a consolidação e humificação do solo, são também alimento para os homens que habitam essas regiões.

⁹ Rio que divide a área central da cidade de Recife.

seus diferentes bairros flutuando esquecidos à flor das águas.” (Josué de Castro 1947, pp.15, 16 e 17)

Nessas águas, nesse mangue, os homens sobreviviam catando caranguejos enquanto os caranguejos se nutriam com os dejectos humanos.

Em 1935 Josué de Castro escreve o conto *O ciclo do caranguejo* – parte do livro *Documentário do Nordeste* – no qual é descrita a vida de uma família de habitantes dos mangues de Recife. Fugindo da seca, a família migra para Recife a fim de conseguir uma vida melhor, sem condições de sobrevivência na cidade grande, a família Silva não vê outra opção a não ser o mangue.

“(…) depois enterram os braços de lama a dentro para pegar caranguejos. Com as pernas e os braços atolados na lama, a família Silva está com a vida garantida. Zé Luís vai para o trabalho sossegado, porque deixa a família dentro da própria comida, atolada na lama fervilhante de caranguejos e siris” (Josué de Castro 1937, p.24).

Em 1946 escreveu o livro *Geografia da Fome* no qual afirmava que a fome não era um fenómeno natural, mas sim consequência de acções dos homens, de suas opções, e de factores económicos.

Em 1966 Josué de Castro desenvolve o romance *Homens e caranguejos* fundamental para a compreensão do estudo que se segue. O romance traz a metáfora do *homem-caranguejo*. De acordo com Josué de Castro, “No mangue, tudo é, foi ou será caranguejo, inclusive o homem e a lama” (Josué Castro 2001, p.12), dando continuidade,

“A lama dos mangues de Recife, fervilhando de caranguejos e povoada de seres humanos feitos de carne de caranguejo, pensando e sentindo como caranguejo. São seres anfíbios - habitantes da terra e da água, meio homens e meio bichos. Alimentados na infância com caldo de caranguejo - este leite de lama -, se faziam irmãos de leite dos caranguejos. Cedo me dei conta desse estranho mimetismo: os homens se assemelhando em tudo aos caranguejos. Arrastando-se, acachapando-se como caranguejos para poderem sobreviver. A impressão que eu tinha, era de que os habitantes dos mangues - homens e caranguejos nascidos à beira do rio - à medida que iam crescendo, iam cada vez se atolando mais na lama.” (Josué Castro 2001, pp.12, 13 e 14).

O conceito de *homem-caranguejo* é usado para designar a população que vive no mangue e que vive do mangue. *Homens-caranguejos* são pessoas que se alimentam do que

o mangue produz, que tiram do mangue a sua fonte de renda. O *homem-caranguejo* se torna “caranguejo” por viver entre caranguejos, por compartilhar o mesmo habitat e as mesmas oportunidades – ou falta delas. De acordo com um trecho do conto *O ciclo do caranguejo*,

“Por outro lado o povo daí vive de pegar caranguejo, chupar-lhe as patas, comer e lambe os seus cascos até que fiquem limpos como um copo. E com a sua carne feita de lama fazer a carne do seu corpo e a carne do corpo de seus filhos. São cem mil indivíduos, cem mil cidadãos feitos de carne de caranguejo. O que o organismo rejeita, volta como detrito, para a lama do mangue, para virar caranguejo outra vez.” (Josué de Castro 1937, p.30)

Josué de Castro mostrou-se um médico, geógrafo, cientista social, antropólogo e escritor pioneiro nos estudos sobre a fome, as suas causas e consequências (Fernandes 2000). Destacou-se por fazer da fome e dos mangues temas multidisciplinares e que posteriormente puderam orientar discursos das mais variadas áreas de conhecimento, incluindo a música, moda, artes e projectos de mudança social.

Movimento Mangubeat

O Movimento Mangue, Manguemit ou Mangubeat¹⁰, idealizado pelas bandas recifenses Mundo Livre S/A e Chico Science e Nação Zumbi, nasceu no Recife na década de noventa e trazia como proposta um convite a pensar e repensar a sociedade, a produção artística, a economia e a identidade cultural, recifense ou mesmo nordestina.

Em 1991, Fred Zeroquatro¹¹, vocalista da banda Mundo Livre S/A e Chico Science¹² vocalista da banda Chico Science e Nação Zumbi foram alguns dos

¹⁰ Para este trabalho a terminologia adotada será a Mangubeat, a qual faz alusão à batida ritmada (beat). Há fontes que usam a terminologia Manguemit, e neste caso a alusão é ao mundo da informática (bit). E a terminologia Mangue foi usada pelos próprios integrantes muito no início do Movimento.

¹¹ Cantor, compositor e instrumentista, Fred Montenegro, apelidado Fred Zero Quatro – zero quatro são os dois últimos números da sua carteira de identidade –, chegou a actuar como jornalista, mas foi como músico que consolidou carreira. Foi um dos idealizadores do Movimento Mangubeat, e é até hoje, com a banda

organizadores do festival “Viagem ao Centro do Mangue” que incluía, além de apresentações musicais, itens diversificados que mesclavam o *punk*, *hip hop* e cultura popular, todos relacionados ao conceito de movimento e batida, e é justamente esta a proposta do que viria a ser o Movimento Manguebeat (Leão 2002)

“Da fusão de ritmos regionais (maracatu, samba, coco, ciranda) com o pop (funk, rock, soul, black, hip hop, punk), desenvolve-se essa síntese musical que expõem um tipo de sincretismo de ritmos e a interação deles com as diversas culturas do globo. O tambor tribal se junta à guitarra e aos amplificadores norte-americanos. A releitura de ritmos regionais, conceitos e idéias pop não se manifesta de forma passiva. A tentativa de universalizar esses elementos nacionais, com o intuito de mostrar e criar uma nova cena para o mundo, conectando o Brasil com o cenário pop mundial, estabelece um diálogo com as manifestações artísticas que trouxeram à tona um Brasil cosmopolita como o Movimento Antropofágico e a Tropicália” (Leão 2002, p.8 e 9).

Ainda, nas palavras do próprio Chico Science, “É nossa responsabilidade resgatar os ritmos da região e incrementá-los junto com a visão pop. Eu vou além”.

Em 1992 causou grande inquietação social a divulgação pela imprensa de um *press release* escrito por Fred Zeroquatro com a colaboração do jornalista e DJ Renato Lins. O primeiro Manifesto¹³, intitulado “Caranguejos com cérebro”, se divide em três partes sendo elas: Mangue, o conceito – na qual é feita uma breve explanação sobre o ecossistema do mangue; Manguetown¹⁴, a cidade – na qual é abordada a cidade de Recife e aspectos geográficos, além disso também é feita uma crítica ao sistema económico capitalista; e Mangue, a cena – na qual é descrito o cenário proposto e as suas características, e são também colocados os objectivos e metas do Movimento.

Mundo Livre S/A, uma das figuras mais representativas no fomento à produção artística local e no combate ao “marasmo cultural” em Recife. Fonte http://www.recife.pe.gov.br/chicoscience/textos_glossario.html (acesso em 17/11/2011)

¹² Francisco de Assis França, mais conhecido como Chico Science, como foi apelidado pelo amigo, o jornalista Renato Lins, era um verdadeiro cientista à procura do ritmo perfeito. Chico buscava através da mistura de referências como o pop, o *punk* e o *hip-hop*, com elementos e ritmos da cultura regional, criar algo novo, autoral, autêntico. Chico faleceu prematuramente em 1997 em um acidente de carro, mas a banda da qual fazia parte, a Chico Science e Nação Zumbi, seguiu carreira e existe até os dias actuais intitulada apenas Nação Zumbi. Apenas os dois primeiros álbuns da banda, *Da lama ao caos* (1994) e *Afrociberdelia* (1996), tiveram Chico Science como vocalista, o posto foi ocupado por outro integrante da banda, Jorge Du Peixe. Fonte http://www.recife.pe.gov.br/chicoscience/textos_glossario.html (acesso em 17/11/2011)

¹³ O primeiro Manifesto também foi publicado no encarte do primeiro CD da banda Chico Science e Nação Zumbi, *Da lama ao caos*.

¹⁴ Termo criado pelo Movimento para representar Recife, cidade mangue.

O Manifesto, o qual traduzia a filosofia do Movimento, teve como base teorias desenvolvidas por Josué de Castro, como, por exemplo, o uso da metáfora do *homem-caranguejo*. De acordo com Josué de Castro, este mangue é um dos mais ricos ecossistemas e alimenta as mentes pensantes dos *homens-caranguejos*, e são justamente apoiados na ideia desse *homem-caranguejo* que se sustentam os princípios do Movimento Mangubeat. O que se pretendia era destacar a rica produção cultural local – do mangue, de Recife, do Nordeste brasileiro – e anunciá-la para o mundo¹⁵.

Em letra da banda Mundo Livre S/A,

Maternidade / Salinidade / Diversidade / Fertilidade /
Produtividade
Mangue....
Recife-cidade-estuário¹⁶ / Recife-cidade
Maternidade / Salinidade / Diversidade / Fertilidade /
Produtividade
Mangue...
Água salobra desova e criação
Matéria orgânica da qual vem produção / produção
Recife cidade estuário, és tu
Recife cidade...
O mangue injeta / alimenta, abastece / recarrega as baterias da beleza
Esclerosada, distituída / debalterada, engrudecida
O mangue injeta / alimenta, abastece / recarrega as baterias da beleza
Esclerosada, destituída / debalterada, engrudecida
Mangue, manguetown / cidade complexo / caos portuário
Mangue, manguetown / berçário, caos/ cidade estuário
cidade estuário...
(Fred Zeroquatro, Cidade Estuário, 1994)

Além de divulgar a alta produtividade cultural da Cidade Estuário – Recife – era também objectivo do Movimento denunciar a situação de fome, exclusão social e pobreza nos bairros periféricos da cidade.

O ciclo do caranguejo, descrito por Josué de Castro, narra a trajectória de uma família que migra do interior de Pernambuco para a capital, Recife, tentando se livrar da

¹⁵ Tal propósito foi representado através da imagem de uma antena parabólica fincada no mangue.

¹⁶ “Estuário. Parte terminal de um rio ou lagoa. Porção de rio com água salobra. Em suas margens se encontram os manguezais, comunidades de plantas tropicais ou subtropicais inundadas pelos movimentos dos mares.” Fred Zeroquatro, Manifesto “Caranguejos com cérebro”

seca. O fato é que a família não encontra outra oportunidade a não ser o mangue – viver no mangue e do mangue – e é aí que se forma a metáfora do *homem-caranguejo*. Há, no entanto uma outra metáfora criada para o que seria o desenvolvimento do ciclo trazido por Josué de Castro. A família migra, desta vez de Recife para o sudeste do país, mais uma vez em busca de melhores condições de vida, e acaba parando nas favelas das grandes cidades, marginalizados, pedindo esmola, vivendo do lixo, dos restos deixados pelas outras famílias, tornando-se, desta vez, *homens-gabiru*¹⁷.

O Movimento Manguebeat fez uso da metáfora do *homem-gabiru* não somente para tratar daqueles que migravam para as grandes cidades do sudeste do país, mas também para denunciar a conversão do mangue em favelas ou bairros periféricos em situação latente de pobreza¹⁸. De acordo com o Manifesto, “Após a expulsão dos holandeses, no século XVII, a (ex) cidade "maurícia" passou a crescer desordenadamente as custas do aterramento indiscriminado e da destruição dos seus manguezais.”¹⁹

Dessa forma, o *homem-gabiru* era aquele que não necessariamente deixava a cidade de Recife, mas que vivia em situação de extrema pobreza, que se marginalizava e hoje não mais vive dos caranguejos nos mangues, mas dos restos dos outros homens na cidade grande que é Recife (Melo Filho 2003).

Em letra da banda Chico Science e Nação Zumbi,

O sol queimou, queimou a lama do rio
Eu vi um chié andando devagar
E um aratú²⁰ pra lá e pra cá
E um caranguejo andando pro sul
Saiu do mangue e virou gabiru
Ô Josué eu nunca vi tamanha desgraça
Quanto mais miséria tem, mais urubú ameaça
(Chico Science, Da lama ao caos, 1994)

Neste trecho é possível observar a utilização dos conceitos explorados pela metáfora do *homem-caranguejo* e do *homem-gabiru*, e um apelo directo ao próprio Josué de Castro, para o qual o compositor, Chico Science, expõe a situação calamitante na qual

¹⁷ Gabiru é uma espécie de ratazana que vive nos esgotos.

¹⁸ “Após a expulsão dos holandeses, no século XVII, a (ex) cidade "maurícia" passou a crescer desordenadamente as custas do aterramento indiscriminado e da destruição dos seus manguezais.” Fred Zeroquatro Manifesto “Caranguejos com cérebro”

¹⁹ Fred Zeroquatro, Manifesto “Caranguejos com cérebro”.

²⁰ Aratu é como são popularmente conhecidas várias espécies de caranguejo.

se encontra a cidade de Recife. O desejo de denúncia também é evidenciado no próprio Manifesto “Caranguejos com cérebro”,

“Em contrapartida, o desvairio irresistível de uma cínica noção de "progresso", que elevou a cidade ao posto de "metrópole" do Nordeste, não tardou a revelar sua fragilidade. Bastaram pequenas mudanças nos "ventos" da história para que os primeiros sinais de esclerose econômica se manifestassem no início dos anos 60. Nos últimos trinta anos a síndrome da estagnação, aliada à permanência do mito da "metrópole", só tem levado ao agravamento acelerado do quadro de miséria e caos urbano. O Recife detém hoje o maior índice de desemprego do país. Mais da metade dos seus habitantes moram em favelas e alagados. Segundo um instituto de estudos populacionais de Washington, é hoje a quarta pior cidade do mundo para se viver.”²¹

O mesmo Manifesto traz, porém, a solução para a problemática apontada,

“O que fazer para não afundar na depressão crônica que paraliza os cidadãos? Como devolver o ânimo deslobotomizar e recarregar as baterias da cidade? Simples! Basta injetar um pouco da energia na lama e estimular o que ainda resta de fertilidade nas veias do Recife. Em meados de 91 começou a ser gerado e articulado em vários pontos da cidade um núcleo de pesquisa e produção de idéias pop. O objetivo é engendrar um "circuito energético", capaz de conectar as boas vibrações dos mangues com a rede mundial de circulação de conceitos pop. Imagem símbolo, uma antena parabólica enfiada na lama.”²²

A solução é justamente se voltar para a produção local. Para o rico material produzido no mangue – ou o que agora são as periferias. A solução é valorizar a raiz cultural, mas adaptá-la, misturá-la, a solução é “procurar antenar boas vibrações”, como afirma a letra da música Antene-se da banda Chico Science e Nação Zumbi,

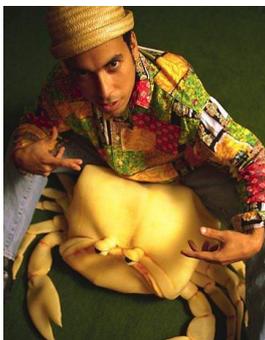
É só uma cabeça equilibrada em cima do corpo
Escutando o som das vitrolas, que vem de mocambos
Entulhados à beira do Capibaribe
Na quarta pior cidade do mundo
Recife cidade do mangue
Incrustada na lama dos manguezais

²¹ Fred Zeroquatro, Manifesto “Caranguejos com cérebro”.

²² Idem.

Onde estão os homens caranguejos
Minha corda costuma sair de andada
No meio da rua, em cima de pontes
É só uma cabeça equilibrada em cima do corpo
Procurando antenar boas vibrações
Preocupando antenar boa diversão
Sou, sou, sou Mangueloy
Recife cidade do mangue
Onde a lama é a insurreição
Onde estão os homens caranguejos
Minha corda costuma sair de andada
No meio da rua, em cima de pontes
É só equilibrar sua cabeça em cima do corpo
Procure antenar boas vibrações
Procure antenar boa diversão
Sou, sou, sou Mangueloy,
(Chico Science, Antene-se, 1994)

Em 1993 o Movimento organizou o primeiro festival voltado para uma cena Mangue bem mais estruturada, o Festival Abril Pro Rock. Esta primeira edição do, cada vez mais prestigiado, festival, que acontece anualmente em Abril, se deu na extinta casa de shows Circo Maluco Beleza e evidenciou a explosão musical e cultural ocasionada pelo Movimento Mangueloy (Teles 2000). Até hoje o Abril Pro Rock tem como perfil divulgar artistas nacionais e internacionais e revelar novos nomes da música na cena independente. A grande maioria dos artistas, que se apresentam no Festival, ainda que tenha assinado contrato com gravadoras, possuem uma roupagem muito própria da cena independente.



Figuras 6 e 7 – Chico Science.

Fonte: http://www.onordeste.com/onordeste/enciclopediaNordeste/index.php?titulo=Chico+Science<r=c&id_perso=193 (acesso em 26/01/2012).

Figura 8 – Chico Science, Fred Zeroquatro e outros componentes das bandas Chico Science e Nação Zumbi e Mundo Livre S/A.

Fonte: <http://www.fredjordao.com.br/blog/?data=2009-03> (acesso em 26/01/2012).



Figura 9 – Capa do CD Da lama ao caos da banda Chico Science e Nação Zumbi 1994. Fonte: <http://sequelacoletiva.wordpress.com/2011/05/06/lp-chico-science-nacao-zumbi-da-lama-ao-caos-1994/> (acesso em 26/01/2012).

Figura 10 – Capa do CD Afrociberdelia da banda Chico Science e Nação Zumbi.

Fonte: <http://labirintosemlimites.blogspot.com/2009/03/chico-science-nacao-zumbi.html> (acesso em 26/01/2012).

No que diz respeito a mudanças propostas na estrutura urbana da cidade de Recife, o Movimento escolheu o centro antigo, conhecido como Recife antigo, para lançar uma ideia de revalorização e de aproveitamento cultural do espaço urbano. O local, no Recife antigo, que marcou tal revalorização urbana foi a Rua da Moeda²³, também conhecida como pólo da Moeda. “Foi no velho bairro portuário, com sua má fama de local abandonado, perigoso, boêmio e marginal, que se iniciou uma das ricas inovações musicais, culturais e comportamentais do Pernambuco. Refiro-me ao movimento Manguebit (...)” (Leite 2002, p.11).

Ainda de acordo com Leite (2002), um importante colaborador para a nova roupagem do pólo da Moeda foi o empresário e apresentador Roger de Renoar,

“(…), Roger criou no Bairro do Pina (na Praia de Boa Viagem) uma soparia (...) A soparia virou ponto de encontro dos mangueboys e parada obrigatória para o circuito alternativo da noite recifense. (...) Sua ida para a Rua da

²³ Actualmente existe na rua da moeda, como parte de um projecto que espalhou pela cidade as estátuas de 11 personalidades da cultura Pernambucana, uma estátua de bronze de Chico Science.

Moeda, onde abriu o famoso Pina de Copacabana, mudou a paisagem do local”. (Leite 2002, p.11)



Figura 11 – Estátua de Chico Science na Rua da Moeda.

Fonte:http://www.demetrioesculturas.com/2007/index.php?option=com_content&task=blogsection&id=1&Itemid=74 (acesso em 26/01/2012).

A força do Movimento Manguebeat não se limitou ao Pólo da Moeda, de acordo com o Manifesto,

“Bastaram poucos anos para os produtos da fábrica mangue invadirem o Recife e comecem a se espalhar pelos quatro cantos do mundo. A descarga inicial de energia gerou uma cena musical com mais de cem bandas. No rastro dela, surgiram programas de rádio, desfiles de moda, vídeo clipes, filmes e muito mais. Pouco a pouco, as artérias vão sendo desbloqueadas e o sangue volta a circular pelas veias da Manguetown.”²⁴

Ainda nas palavras de Zeroquatro,

“Daí em diante, pode-se dizer que teve início um efetivo "renascimento" recifense. Todo mundo gritou mãos à obra! e partiu para o ataque. As ruas viraram passarelas de estilistas independentes; bandas pipocaram em cada esquina; palcos foram improvisados em todos os bares; fitas demo e clipes novos eram lançados toda semana, e assim por diante, gerando uma verdadeira cooperativa multimídia autônoma e explosiva, que não parava de crescer e mobilizar toda a cidade. De headbangers a mauricinhos, de punks a líderes comunitários, de surfistas a professores acadêmicos, ninguém ficou de fora. Para se ter uma idéia, a frase " computadores fazem arte, artistas fazem

²⁴ Fred Zeroquatro, Manifesto “Caranguejos com cérebro”.

dinheiro" (Mundo Livre SA) virou tema de redação de vestibular de uma faculdade local.²⁵

E foi exactamente isso que aconteceu, o Manguê ganhou Recife, ganhou o Nordeste brasileiro, ganhou proporções inimagináveis, ganhou o mundo. Estampou a capa de jornais, revistas, foi estudado em artigos científicos, livros, dissertações, teses, etc.. O número de bandas, e artistas de modo geral, participantes do Movimento crescia vertiginosamente, assim como o número de adeptos – público em geral – também aumentava.

No que diz respeito à relação de pertencimento ao solo, pode-se afirmar que se tratava de uma representação identitária diferenciada à medida que, diferente dos movimentos com forte exaltação regional como o Movimento Regionalista ou Armorial²⁶, o Movimento Manguê se propôs a mesclar o local ao global – isto explica, inclusive, os termos usados pelo Movimento, os quais unem componentes extremamente locais às palavras em inglês, como, por exemplo, as palavras *Manguetown*, *Mangueboy* e *Manguegirl*²⁷. Há, entretanto, uma aversão aos moldes impostos por uma globalização do tipo hegemónica²⁸, de maneira que há a proposta de uma nova abordagem híbrida de culturas sem, no entanto, contemplar aspectos de uma globalização imposta.

Tal forma de encarar a relação de pertencimento ao solo pode ser vista como um processo deflagrador na construção de outras identidades culturais locais, e é nesse cenário que se forma uma das mais importantes imagens identitárias recifenses. De acordo com o site oficial da prefeitura de Recife, no que diz respeito às manifestações culturais,

“O Movimento Manguê Beat vem proliferando através da criação de várias bandas regionais, em que se destacam ritmos locais como o Maracatu, o Coco

²⁵ Fred Zeroquatro, Manifesto “Quanto vale uma vida”.

²⁶ Embora ambos, os Movimentos Armorial e Manguêbeat, busquem valorizar a cultura regional, o Movimento Armorial luta pelo resgate desta, e pela construção de uma arte erudita, sem que entretanto haja a importação de itens pertencentes culturas internacionais. Enquanto que o Movimento Manguêbeat também resgata ritmos regionais, entretanto, conecta-os aos ritmos musicais internacionais (Silva 2004).

²⁷ Manguêboy e Manguêgirl eram os termos utilizados para representar os garotos e garotas aderentes à filosofia do Movimento.

²⁸ Parte-se aqui da hipótese lançada pelo professor Boaventura de Sousa Santos, segundo o qual “o que nós habitualmente chamamos de globalização se compõe de um jogo de relações sociais; da mesma maneira que este jogo de relações sociais altera-se, a globalização se modifica igualmente. Não há, num sentido estrito, uma entidade única denominada globalização, mas uma pluralidade de globalizações e nós devemos empregar este termo exclusivamente no plural.” (Santos 1997, p.82). Desta feita, o que vulgarmente convencionou-se chamar de Globalização é, em verdade, o triunfo de um determinado *localismo hegemónico na esfera mundial*.

e o Forró. Assim, o Recife se consolida como centro aglutinador e disseminador de novas e tradicionais tendências culturais.”²⁹

Ainda, de acordo com Carolina Carneiro Leão, pesquisadora do Movimento,

“E o manguebit tornou-se um dos componentes da narrativa de uma identidade local. E esse interesse está relacionado à produção de uma determinada identidade cultural representada, com esse projeto, através da conexão dos ritmos que deram visibilidade e projetaram a cidade (de Recife) para todo o país.” (Leão 2002, p.47).

No dia 02 de Fevereiro de 1997 morre em um acidente de carro o cantor, compositor e idealizador do Movimento, Chico Science. Chico, com a sua personalidade carismática, sempre se sobressaiu dentre os outros artistas participantes do Movimento. Pode-se dizer que Chico Science representava – e apesar do seu falecimento ainda representa – o Movimento Manguebeat, de maneira que houve grande especulação sobre a continuidade – ou força – do Movimento.

No entanto, após a morte de Chico Science, foi divulgado um segundo Manifesto, desta vez intitulado “Quanto vale uma vida” e mais uma vez escrito por Fred Zeroquatro e Renato Lins. Este segundo Manifesto, dividido em cinco partes, visou lamentar publicamente o falecimento de Chico Science, destacar a importância de Chico no Movimento, mas também comunicar a todos que o Movimento Manguebeat não morria ali, não acabava a partir da ausência de Chico,

“Chico era referência e inspiração para muita gente, talvez para toda uma geração de recifenses. E a perda para a Nação Zumbi é irreparável em termos de carisma, energia vocal, gestual, etc. Ninguém questiona isso. Mas o que muita gente esquece é que a fórmula criada por Chico tinha uma base muito sólida em termos de cozinha, acompanhamento, groove. (...) Portanto, se existe uma banda que tem total autoridade e potencial para ocupar condignamente o lugar que o inesquecível Chico Science deixou vago no topo, essa banda é sem dúvida a Nação Zumbi. Por sinal, o próprio Chico nem cogitava em dar por esgotado o formato da banda, tanto que já planejava entrar com os brothers no estúdio ainda este ano para gravar o terceiro disco. LONGA VIDA AO GROOVE!!!”³⁰

²⁹ Fonte: <http://www.recife.pe.gov.br/pr/secplanejamento/inforec/>

³⁰ Fred Zeroquatro, Manifesto “Quanto vale uma vida”.

O “Quanto vale uma vida” não comunica apenas a continuação do Movimento Mangubeat, mas convida a todos – aqueles que já aderiram ao Movimento, ou os que ainda não – para acreditarem na força do Movimento, e principalmente, na importância dele para a efervescência cultural de Recife e para o cenário criativo Pernambucano.

Coloca-se de fundamental importância destacar a relevância do Movimento aqui descrito, não somente no que diz respeito à musicalidade desenvolvida por ele, mas também – e para este trabalho, principalmente – no que diz respeito ao comportamento, cultura local e identidade cultural. A partir de factores observados durante a investigação para esta dissertação, o Movimento Mangubeat pode ser visto como deflagrador cultural do comportamento *alterna*³¹.

³¹ Este ponto será tratado nos capítulos IV e V.

Capítulo II – Ferramentas Conceptuais

Este capítulo dedica-se à definição e explanação de certos conceitos usados ao longo da dissertação. São aqui justificadas as escolhas referentes às significações atribuídas para conceitos como identidade cultural, cultura, consumo, comunidade. Características específicas foram observadas para a conceituação do grupo estudado enquanto comunidade. Com o consumo o mesmo acontece, neste trabalho não se considera apenas o consumo de bens, mas o consumo de música, de cinema, enfim, o consumo de comportamentos.

O objectivo deste capítulo é definir previamente certos conceitos de maneira a localizar o leitor para que este compreenda melhor as conclusões obtidas com a investigação. Aqui é oferecido um embasamento teórico acerca de pontos abarcados ao longo do trabalho.

Identidade Cultural

As noções de identidade cultural, aqui abordadas, têm, principalmente, como base as percepções de Stuart Hall devido ao fato deste defender uma posição com relação ao deslocamento ou fragmentação – pluralização – das identidades modernas. De acordo com Hall (2005), as coordenadas que antes nos localizavam como indivíduos culturais como noções de classe, género, sexualidade, etnia, raça e nacionalidade estão sofrendo rupturas.

Segundo Hall (2005) há três concepções diferentes de identidade. Há o sujeito do Iluminismo, centrado, unificado, “individualista”, usualmente descrito como masculino. Há o sujeito sociológico, para o qual já se reflecte a complexidade do mundo moderno.

Não sendo auto-suficiente, depende da cultura, da interação, a identidade deste sujeito é formada a partir da interação entre ele e a sociedade. Projectamo-nos a “nós mesmos” nessas identidades culturais e tornamo-las “parte de nós” ao mesmo tempo subjectivando as objectividades do mundo social e cultural.

E há finalmente o sujeito pós-moderno, definido historicamente e não biologicamente, o sujeito pós-moderno não possui uma identidade permanente, está em constante mudança, possui identidades diferentes em diferentes momentos (Hall 1987).

Nas palavras de Hall,

“O sujeito, previamente vivido como tendo uma identidade unificada e estável, está se tornando fragmentado; composto não de uma única, mas de várias identidades, algumas vezes contraditórias ou não resolvidas. (...) O próprio processo de identificação, através do qual nos projetamos em nossas identidades culturais, tornou-se mais provisório, variável e problemático” (Hall 2005, p.12).

Quanto ao impacto da “globalização” sobre a identidade cultural, Hall (2005) considera as sociedades modernas como próprias de mudança constante, rápida e permanente. De acordo com Hall,

“as pessoas não identificam mais seus interesses sociais exclusivamente em termos de classe; a classe não pode servir como um dispositivo ou uma categoria mobilizadora através da qual todos os variados interesses e todas as variadas identidades das pessoas possam ser reconciliadas e representadas” (Hall 2005, p.20 e 21).

Com a globalização, o indivíduo é reconhecido como isolado, alienado, pressionado em meio às multidões nas grandes cidades, e neste meio é formada a identidade deste indivíduo (Hall 2005).

Para Hall (2005) a identidade vai sendo construída ao longo do tempo, estando sempre em processo de formação, sempre incompleta, desta forma, Hall prefere não falar em identidade, mas em *identificação*, visto que se trata de um processo contínuo. “A identidade surge não tanto da plenitude da identidade que já está dentro de nós como indivíduos, mas de *uma falta* de inteireza que é “preenchida” a partir de nosso *exterior*, pelas formas através das quais nós imaginamos ser vistos por *outros*” (Hall 2005, p.39).

De acordo com Hall (2005) as culturas nacionais em que nascem os indivíduos são as principais fontes de identidade cultural, visto que elas produzem sentidos com os quais os indivíduos se identificam. As identidades nacionais não são, entretanto, coisas com as quais já se nasce, elas são construídas com o tempo, são um conjunto de significados, símbolos e representações, uma *ideia* de nação, uma comunidade simbólica, e não apenas uma entidade política. “O discurso da cultura nacional (...) se equilibra entre a tentação por retornar a glórias passadas e o impulso por avançar ainda mais em direção à modernidade” (Hall 2005, p.56).

A globalização acarreta novas formatações de tempo e espaço e estes tem efeitos extremamente importantes sobre as identidades culturais. O mundo se tornou menor e as distâncias se tornaram mais curtas. As identidades têm um senso de “lugar” e suas localizações no tempo – narrativas que ligam o indivíduo a eventos históricos nacionais (Hall 2005).

Em semelhante sentido, Giddens nos afirma que,

“A modernidade separa, cada vez, mais o espaço do lugar, ao reforçar relações entre outros que estão “ausentes”, distantes (em termos de local), de qualquer interação face-a-face. (...) os locais são inteiramente penetrados e moldados por influências sociais bastante distantes deles” (1991, p.18).

Alguns teóricos afirmam que os efeitos da globalização tem enfraquecido as formas nacionais de identidade cultural, de maneira que as identidades locais, regionais, e comunitárias tem ganhado mais importância, da mesma forma que as identidades “globais” tem também se sobressaído (Hall 2005). As identidades culturais, antes fortes, tem entrado em colapso, já que no pós-moderno global, os códigos culturais são fragmentados, há a multiplicidade de estilos, o foco no efêmero.

“Os fluxos *culturais* entre as nações, e o consumismo global criam possibilidades de “identidades partilhadas” – como “consumidores” para os mesmos bens, “clientes” para os mesmos serviços, “públicos” para as mesmas mensagens e imagens – entre pessoas que estão bastante distantes umas das outras no espaço e no tempo. À medida em que as culturas nacionais tornam-se mais expostas a influências externas, é difícil conservar as identidades culturais intactas ou impedir que elas se tornem enfraquecidas através do bombardeamento e da infiltração cultural” (Hall 2005, p.74).

Neste sentido há o fenômeno da “homogeneização cultural” através do qual, com o crescimento do consumismo global, as diferenças culturais, que definiam as identidades, passaram a ter uma significação global, de maneira que as tradições específicas e as diferentes identidades ganharam tradução (Hall 2005).

“Quanto mais a vida social se torna mediada pelo mercado global de estilos, lugares e imagens, pelas viagens internacionais, pelas imagens da mídia e pelos sistemas de comunicação globalmente interligados, mais as *identidades* se tornam desvinculadas – desalojadas – de tempos, lugares, histórias e tradições específicos parecem “flutuar livremente”. Somos confrontados por uma gama de diferentes identidades (cada qual nos fazendo apelos, ou melhor, fazendo apelos a diferentes partes de nós), dentre as quais parece possível fazer uma escolha.” (Hall 2005, p.75)

São, entretanto, apresentadas algumas contratendências a esse movimento de “homogeneização cultural” causado pela globalização, este trabalho se atém a uma delas, a ideia de que não parece provável que a globalização realmente aniquile as identidades nacionais, mas que sejam produzidas novas identificações “globais” e novas identificações “locais”.

“(…) ao lado da tendência em direção à homogeneização global, há também uma fascinação com a diferença e com a mercantilização da etnia e da “alteridade”. Há, juntamente com o impacto do “global”, um novo interesse pelo “local”. A globalização (na forma da especialização flexível e da estratégia de criação de “nichos” de mercado), na verdade, explora a diferenciação local. Assim, ao invés de pensar no global como “substituindo” o local seria mais acurado pensar numa nova articulação entre “o global” e “o local” (Hall 2005, p.77).

A questão é que as confrontações culturais globais geram uma expansão no campo das identidades e acabam por originar novas “posições-de-identidade” de maneira a conduzir a um *fortalecimento* de identidades locais – re-identificação com as culturas de origem, por exemplo – ou mesmo à criação de *novas identidades*. “O fortalecimento de identidades locais pode ser visto na forte reação defensiva daqueles membros de grupos étnicos dominantes que se sentem ameaçados pela presença de outras culturas.” (Hall 2005, p.85).

De acordo com Charles Taylor a identidade

“designa algo semelhante à percepção que as pessoas têm de si mesmas e das características fundamentais que as definem como seres humanos. A tese é que nossa identidade é parcialmente formada pelo reconhecimento ou pela ausência dele, ou ainda pela má percepção que os outros têm dela (...). O não-reconhecimento ou o reconhecimento inadequado pode prejudicar e constituir uma forma de opressão, aprisionando certas pessoas em um modo de ser falso, deformado ou reduzido” (Taylor 1994, pp.41–42).

Taylor ainda afirma que "não adquirimos as linguagens necessárias para a autodefinição de nosso eu, somos antes levados a elas por interação com as linguagens daqueles com quem convivemos" (Taylor 1994, p.50).

Dessa forma, se constitui para o sujeito moderno, a habilidade de promover em si metamorfoses transformando-se em múltiplos, deslocando, lentamente, a noção solidificada pelo racionalismo iluminista em se tratando da centralidade dos indivíduos e da identidade essencialista desses, visível em tradicionalismos ou conservadorismos, como por exemplo na língua, ou nas relações de pertencimento territorial ou ainda nos laços sanguíneos (Velho 1999).

A globalização tem efeito sobre as identidades culturais, sobre as identidades nacionais, sobre as culturas, contestando-as, deslocando-as. “As nações modernas são, todas, híbridos culturais” (Hall 2005, p.62). Tais efeitos são reflectidos através das novas posições de identificação gerando identidades culturais plurais, variadas, menos fixas, híbridas.

Comunidade

Para embasar a definição do *alterna* enquanto comunidade, será montado um arcabouço teórico sustentado a partir dos raciocínios de Anthony Cohen e Benedict Anderson. É incontornável a busca por tais autores devido às formas singulares como ambos compreendem as comunidades.

O antropólogo Anthony Cohen estudou as comunidades como construções simbólicas, e uma vez que este trabalho investiga um comportamento alternativo – e não somente isto, mas também a visão daqueles que não pertencem à comunidade –, é de fundamental importância enxergar as fronteiras que delimitam comunidade e meio externo de maneira à compreender as significações usadas internamente e confrontá-las com a perspectiva daqueles que não compõe a comunidade. A justificativa para a adoção do conceito desenvolvido por Cohen reside ainda na ausência do apelo a referências tradicionalmente utilizadas ou profundamente específicas como território ou religião, sendo um conceito assim mais maleável, encaixa-se melhor à formatação da investigação aqui feita.

De acordo com Cohen (1985), a comunidade pode ser tida como uma “entidade simbólica”, admitindo um sistema de valores e um código de moral, através dos quais se expõem as modalidades de pertença.

“the community as experienced by its members – does not consist in social structure or in ‘the doing’ of social behaviour. It inheres, rather, in ‘the thinking’ about it. It is in this sense that we can speak of the community as a symbolic, rather than a structural, construct. In seeking to understand the phenomenon of community we have to regard its constituent social relations as repositories of meaning for its members, not as a set of mechanical linkages” (Cohen 1985, p.98).

Cohen (1985) entende a comunidade como um fenómeno cultural, visto que a realidade da comunidade se encontra justamente na percepção dos seus membros sobre o dinamismo das suas culturas, sendo o termo empregado para designar um grupo social no qual os membros se encontram ligados por traços comuns e que, por outro lado, os diferenciam de outros grupos (Cohen 1985). A comunidade é, então, “aquela entidade a que se pertence, maior do que o parentesco, mas mais pequena do que a abstracção a que chamamos sociedade” (A. Castro et al. 2001, p.77).

A compreensão de uma comunidade passa pela compreensão acerca do engajamento das pessoas a essa “entidade simbólica”, o qual se dá por meio dos significados e do simbolismo que os próprios participantes associam à sua comunidade. São justamente tais significados que definem os limites da comunidade (Cohen 1985).

Dessa forma, a comunidade é vista por Cohen (1985) como um fenómeno cultural, a partir da ideia de que ela é construída simbolicamente. Mais que um fenómeno estrutural,

as comunidades dependem de uma questão circunstancial, dependem da percepção e decisão das pessoas que constroem estas comunidades, sendo, assim, meio de manifestação de interesses e aspirações.

Outro ponto bastante relevante sobre o conceito de comunidade desenvolvido por Cohen (1985) reside na ideia de que elas não são isoladas do mundo, mas existem mediante um contexto, são resultado de um processo de natureza relacional, e tal processo é mediado pelas fronteiras que delimitam tais comunidades. As fronteiras, como já colocado anteriormente, existem a partir da interação com outros grupos ou entidades, as fronteiras são, entretanto, relativas. Há fronteiras raciais, administrativas, linguísticas, ou mesmo “fronteiras simbólicas” – originadas na cabeça dos membros –, a questão é que é a partir do confronto com essas fronteiras que se constituem as imagens e as imagens da alteridade. É a partir das fronteiras que se desenvolvem as imagens dos membros, vistas pelos membros, e as imagens vistas a partir do meio exterior.

Ainda relativamente à noção de comunidade se pode referenciar Benedict Anderson, o qual aborda comunidade sob uma perspectiva mais voltada para as temáticas da nação e do nacionalismo. Este trabalho, entretanto, explora características apontadas por Anderson para enriquecer o sentido de comunidade adoptado ao longo da investigação.

De acordo com Anderson (2008), a nação pode ser vista como uma comunidade limitada – visto que há, efectivamente, fronteiras que a limita –, soberana – considerando-se o grande pluralismo existente nesta comunidade – e imaginada – visto que os indivíduos, ainda que nunca se conheçam uns aos outros, partilham os mesmos significados e signos, os quais fazem com que reconheçam-se como parte comum de um mesmo espaço imaginário. “Ela é imaginada porque mesmo os membros da mais minúscula das nações jamais conhecerão, encontrarão ou nem sequer ouvirão falar da maioria de seus companheiros, embora todos tenham em mente a imagem viva da comunhão entre eles” (Anderson 2008, p.32).

Anderson afirma ainda que tais “comunidades imaginadas” mantêm os indivíduos unidos devido à uma espécie de “profunda camaradagem horizontal”, uma “fraternidade”. “Ela (a nação) é imaginada como uma comunidade porque, independentemente da desigualdade e da exploração efectivas que possam existir dentro dela, a nação sempre é concebida como uma profunda camaradagem horizontal” (Anderson 2008, p.34). Desta forma, é justamente esta “camaradagem horizontal” que une o indivíduos, que por vezes

não possuíam a menor semelhança entre si, de maneira a fazê-los compartilhar ideais e viver uma espécie de elo invisível e, portanto, simbólico. De acordo com Anderson (2008), afirmar que as comunidades são imaginadas, não implica na afirmação de que elas são falsas, o que existe é uma “rede de parentesco” que une seus membros e os faz compartilhar uma imagem. No entanto, resta aqui claro que não obstante a contribuição deste autor, como já dito, alinham-se mais aos propósitos desta dissertação os estudos desenvolvidos por Cohen, uma vez que estão atrelados aos estudos das relações simbólico-culturais.

Consumo

Faz-se de fundamental importância para a construção da análise aqui empreendida, a definição de uma perspectiva teórica para além da uma visão utilitarista quanto aos processos relacionados a consumo e mercado.

Muitos são os estudiosos voltados para as teorias do consumo, dentre eles a antropóloga Mary Douglas e o economista Baron Isherwood desenvolveram um dos estudos pioneiros na temática. O que os autores sugerem é uma revisão dos fundamentos da teoria econômica, segundo a qual, o consumo é guiado por parâmetros racionais de custo/benefício.

No livro *O mundo dos bens*, lançado pela primeira vez em 1979, Mary Douglas e Baron Isherwood afirmam que os bens possuem valores sociais segundo os quais identidades são criadas, relações sociais são baseadas, estilos de vida são fixados e sustentados (Douglas & Isherwood 2006). Os estudos para desenvolvimento da obra tiveram início através do interesse de Douglas em dar uma perspectiva antropológica para o “custo do tempo”, o interesse em estudar o tempo a conduziu aos estudos de Milton Friedman sobre consumo permanente,

“Ele possuía evidências para mostrar que famílias rurais poupavam mais do que trabalhadores assalariados. Isso, com o apoio de outros casos, sugeriu que

entradas regulares de dinheiro, garantidas durante um período de vida, afastavam incentivos para poupar. Unidades domésticas com ganhos irregulares tentam manter o fluxo de consumo estável. Implicitamente elas precisam poupar para dias chuvosos que podem chegar, não porque elas queriam manter seus próprios padrões de consumo, mas por causa das pressões da vida social que demandam delas vários tipos de compromissos. Essa teorização sobre consumo generosamente abre a porta para a antropologia porque sugere que os padrões de consumo são estabelecidos por pressões e expectativas de outras pessoas, e que, assim, tem pouco a ver com desejos e necessidades individuais.” (Douglas 2007, p.24 e 25).

De acordo com Douglas, “o consumidor é inerentemente um animal social, o consumidor não quer objetos para ele mesmo, mas para dividir, dar, e não só dentro da família” (Douglas 2007, p.23) e ainda “comparações de bem-estar individual nunca fornecerão mais do que uma fração da história se não lembrarem do apoio que o indivíduo ganha da comunidade” (idem, p.25).

Compartilhando a ideia de Douglas e Isherwood, o economista Partha Dasgupta afirma que as pesquisas sobre o bem-estar devem ter como foco os mecanismos sociais de alocação dos indivíduos e não o bem-estar individual. De acordo com Dasgupta o consumo não se restringe ao processo de compra e o uso efetivo do bem, mas compõe uma série de factores que constrói o tipo de sociedade na qual vive o consumidor deste bem. O consumo é responsável por proporcionar ao consumidor uma situação de bem-estar, e não somente isso, mas também é responsável por corroborar escolhas feitas socialmente como, por exemplo, educação dos filhos (Dasgupta 1993).

O consumo é colocado, então, como um meio de relacionamento. Os bens atendem sim às necessidades físicas dos seus consumidores, entretanto tem ainda outra função, a de estabelecerem e manterem relações sociais, “os bens são neutros, seus usos são sociais” (Douglas & Isherwood 2006, p.36). Os bens possuem significação social, desta forma o seu uso pode ser visto como um processo de comunicação através do qual ao consumir, o indivíduo emite uma mensagem descodificada socialmente, e é justamente esta abordagem dos estudos de Mary Douglas, “Minha idéia central é de que a ciência econômica deveria levar em consideração a função comunicativa dos bens como básica.” (Douglas 2007, p.23).

Jean Baudrillard aponta o consumo como um elemento de discriminação e diferenciação social, de acordo com o sociólogo o consumo com o objectivo de satisfazer necessidades³² e desejos dos consumidores é apenas uma informação manipulada, uma vez que, como também afirmam Douglas e Isherwood, através do consumo a sociedade se comunica. Desta forma, o consumo é colocado como uma manipulação de significados em cuja ênfase se encontra na expressividade e não nas funcionalidades, sendo o bem a mercadoria e o significado (Baudrillard 2005).

Outro autor que se debruçou sobre os estudos na antropologia do consumo foi Marshall Sahlins. De acordo com Sahlins (2003), o aspecto funcional das coisas é sempre relativo a um esquema cultural de maneira que as finalidades têm origem cultural, e é da visão cultural que derivam as utilidades. Os bens, de forma material, por si só não têm vida, a sua interacção específica e as consequências desta interacção somente podem ser analisados quando se considera em junção ao bem – material – as características da sua vida cultural. Desta forma, os bens contêm informações como em código para serem decifrados e avaliados socialmente, a produção de tais bens, seria portanto, a reprodução da cultura através de um sistema de objectos (Sahlins 2003).

O sociólogo Zygmunt Bauman também se dedica aos estudos voltados para o consumo e afirma que é inegável a participação do consumo no que diz respeito à construção de identidades, além da forte contribuição dos bens na representação identitária, ou seja, através de itens como roupas ou acessórios que transmitem a mensagem que se deseja, permitindo assim, a identificação em comunidades (Bauman 2003).

Seguindo esse raciocínio, o antropólogo Daniel Miller se volta para o consumo através dos estudos sobre cultura material. Miller afirma que mediante a observação cuidadosa das práticas de consumo, é possível conhecer algo sobre as relações sociais dos indivíduos. As pessoas podem ser interpretadas a partir do que e como consomem. Para Miller, o ato de compra, pode ser visto como uma representação do que se deseja, representação essa necessária enquanto comunicação com outros indivíduos que compartilham estes mesmos desejos (Miller 2002).

São incontornáveis também os estudos sobre consumo realizados por Colin Campbell. Segundo Campbell (2001) o consumo é hoje alimentado por sentimentos

³² Marshall Sahlins, na obra *Cultura e Razão Prática* afirma, “o ‘sistema de necessidades’ deve ser sempre relativo, não avaliável como tal pela necessidade e, em consequência, simbólico por definição” (Sahlins 2003, p.151).

românticos provenientes de associações de imaginário. Segundo o autor o crescimento do consumo ocasionado pela Revolução Industrial foi acompanhado por uma transformação nos valores, nas atitudes e no comportamento do consumidor, denominada Revolução do Consumo.

De acordo com Campbell os consumidores passaram a ter mais horas vagas, e com mais horas vagas passaram a ler mais romances, e segundo o autor houve a ascensão da moda do amor romântico. Daí a afirmação do presente comportamento de compra hedonista, atrelado às emoções, o ato de compra nos dias actuais não é materialista, mas romântico, o consumidor actual não quer simplesmente comprar, mas vivenciar uma experiência nova e inspiradora (Campbell 2001).

Os estudos voltados para o consumo passaram a considerar cada vez mais aspectos ideológicos, socioculturais, simbólicos e experienciais do consumo, de maneira a resultar na teoria da *cultura do consumo*, através da qual são estudados a distribuição heterogénea dos significados e a multiplicidade de grupos e manifestações culturais que interagem na sociedade.

A cultura do consumo estuda imagens, textos e objectos unidos em uma espécie de sistema produzido comercialmente e utilizado por grupos – ou comunidades – com o intuito da construção de práticas, identidades e significados que orientam as experiências e vidas de seus membros (Arnould & Thompson 2005).

O consumo é uma forma de expressão de considerações culturais, os consumidores fazem uso do significado dos bens para expressar princípios culturais, para cultivar ideias, para construir e manter estilos de vida, para desenvolver noções de si e mecanismos de encaixe (McCracken 2003).

O que a cultura do consumo – ou dito de outro modo *ideia de consumo* – afirma é que o que se consome não é necessariamente o bem, mas uma série de signos que envolvem este bem (Baudrillard 2005).

Don Slater faz uma leitura da cultura do consumo enquanto estudo de processos, objectivos e ideologias surgidos com a globalização, como mediações na maneira das pessoas administrarem seu quotidiano. De acordo com Slater, é importante observar a estrutura e simbólica dos fatos corriqueiros, como o lugar onde se vive, o que se come, as roupas que se usa, etc. (Slater 2002).

Os estudos sobre cultura do consumo devem contemplar uma busca pelos significados que são criados e transferidos, através dos bens, a questão é que, de acordo com Grant McCracken (2007), um grande contratempo no que diz respeito ao estudo do significado cultural dos bens de consumo é a transitoriedade deste significado. Segundo McCracken “o significado cultural se localiza em três lugares: no mundo culturalmente constituído, no bem de consumo e no consumidor individual” (McCracken 2007, p.100).

Uma vez que foram deixadas as perspectivas dos principais estudiosos da temática consumo e comportamento de compra, é de fundamental importância para esta investigação definir que o consumo de bens não se restringe aos bens materiais, mas considera o consumo de bens imateriais, como música, filmes, espectáculos, enfim, arte de uma maneira geral.

Cândido José Mendes de Almeida, no livro *Arte é capital*, expõe a arte como mais um produto de mercado, e evidencia a importância desse segmento dentro da estrutura mercadológica, segundo Almeida,

“a indústria do entretenimento, cuja matriz é a produção cultural, situa-se entre as cinco maiores do mundo. A televisão, o rádio, as indústrias fonográfica e editorial têm na criação artística a matéria-prima essencial para o desenvolvimento de seus produtos e serviços. [...] A coexistência entre capital e arte tem evoluído para um cenário quase mercantil, redesenhando cacifes de ambos os lados” (Almeida 1994, p.13).

Esta dissertação investiga, então, o consumo de uma forma ampla, não se limitando ao consumo de bens, mas à interpretação do consumo de um comportamento.

As teorias da cultura do consumo podem ser vistas como uma estruturação de significados e acções cujo objectivo é interpretar um sistema de valores, sentimentos e pensamentos que são construídos e negociados na interpretação da vida social (Thompson & Hirschman 1995). E é, justamente, este o objectivo desta investigação no que diz respeito à construção identitária e à comunidade *alterna*.

Culturas híbridas

Primeiramente, cumpre esclarecer o que se entende por cultura. Para os fins desta dissertação compreendemos cultura como “um sistema ordenado de significado e símbolos... nos termos dos quais os indivíduos definem seu mundo, expressam seus sentimentos e fazem seus julgamentos” (Geertz 2008, p.50).

Considerado um pioneiro em estudos sobre o hibridismo das culturas latino-americanas, há décadas que Néstor García Canclini desenvolve pesquisas voltadas para a compreensão da cultura urbana, tendo como foco as culturas populares, a recepção e o consumo de bens simbólicos e a hibridação cultural gerados por impactos da globalização. Canclini propõe reflexões acerca dos temas tradição, modernidade e pós-modernidade.

Canclini (1998) afirma que o processo de hibridação cultural da América Latina – de acordo com o autor, a formação cultural da América Latina apresenta diferenças entre os demais continentes, tendo a América Latina conseguido manter uma maior unidade cultural – decorre da inexistência de uma política reguladora ancorada nos princípios da modernidade e se define como o processo sociocultural em que estruturas ou práticas, que existiam em formas separadas, combinam-se para gerar novas estruturas, objectos e práticas.

Esse hibridismo possibilitou desdobramentos, produtividade e poder criativo distintos das mesclas interculturais já existentes na América Latina. Ao propor um debate sobre as teorias da modernidade e da pós-modernidade para a América Latina, Canclini (1998) faz uso dos costumes populares e eruditos, dos meios massivos de comunicação e dos processos de recepção e apropriação dos bens simbólicos, e é justamente o entrelaçamento desses elementos que produziu o que ele nomeou “culturas híbridas”. “A modernização diminui o papel do culto e do popular no conjunto de mercado simbólico, mas não os suprime. Redimensiona a arte e o folclore, o saber acadêmico e a cultura industrializada, sob condições relativamente semelhantes” (Canclini 1998, p.22).

Corroborando o raciocínio de Canclini, há a perspectiva do, também teórico latino-americano, Martín-Barbero, segundo o qual a América Latina está

“Fortemente carregada ainda de componentes pré-modernos, a modernidade se torna experiência coletiva das maiorias latino-americanas graças a deslocamentos sociais e perspectivas de cunho claramente pós-moderno:

efetuando fortes deslocamentos sobre os compartimentos e exclusões que a modernidade instituiu durante mais de um século, isto é, gerando hibridações entre o culto e o popular e de ambos com o massificado, entre a vanguarda e kitsch, entre o autóctone e o estrangeiro” (Martín-Barbero 2001, p.44).

Canclini (1998) defende a necessidade da adopção de um enfoque que também poderia ser chamado de híbrido, pois resulta da combinação da antropologia com a sociologia, da arte com os estudos das comunicações, sendo um dos seus principais objectos de pesquisa as contradições da cultura urbana. O autor aponta o fenómeno da cultura urbana como principal causa do fortalecimento da heterogeneidade cultural, é justamente nos centros urbanos que se dá uma constante interacção entre os aspectos locais e as redes nacionais e transnacionais de comunicação.

O hibridismo cultural debate temas relacionados directamente com a realidade cultural e social do Brasil. “Pois somos sociedades formadas em histórias híbridas, nas quais necessitamos entender como se constituíram as diferenças sociais, os dispositivos de inclusão e exclusão, que distinguem o culto do popular e ambos massificados” (Canclini apud Martín-Barbero 2001, p.30).

A compreensão acerca das culturas híbridas é chave para a compreensão das identidades culturais e das comunidades encontradas nos grandes centros urbanos. “Só a compreensão do hibridismo cultural (...) resultado de construções, de negociações, de re elaborações de identidades, assim como de novas sínteses culturais, pode explicar o imaginário da América, sobretudo da América Latina” (Andrade 2007, pp.5–6).

É importante enxergar a hibridação produzida “por mercados comunicacionais sem fronteiras”, “é a interculturalidade das comunidades virtuais, facilitada pelos mecanismos da comunicação global on-line e pelo ascenso das indústrias culturais à escala planetária, que multiplicam efeitos de reconciliação intercultural e de igualização de diferentes (como os sintetizadores computadorizados na música que podem induzir efeitos de “igualização” de naipes diferenciados). O universo das populações migrantes sofreu uma grande transformação com a generalização da comunicação fluida com os seus lugares de origem (televisão, jornais do país de partida, correio electrónico). Também a disseminação de símbolos interculturais através de poderosas marcas [...] contribui para a vulgarização da convivência entre diferentes”(Carneiro 2001, p.59).

Desta forma, na medida em que o fenómeno da hibridação cultural é por natureza um componente intrínseco à sociedade actual – plural e globalizada – os estudos comportamentais e identitários nas grandes cidades são indissociáveis do estudo sobre as culturas híbridas que permeiam tal cenário.

Capítulo III – Metodologia

O objectivo deste trabalho é o estudo social e antropológico da comunidade *alterna*, para tanto, foram traçadas linhas de raciocínio orientadas por pesquisa em registos históricos, pela realização de entrevistas e pela utilização de pesquisa etnográfica³³.

De acordo com Clifford Geertz os signos estão entrelaçados numa espécie de sistema, e tais signos são interpretáveis através da cultura, mas esta não pode ser vista como algo ao qual podem ser atribuídas casualmente os acontecimentos sociais, a cultura é um contexto, é o que torna os signos interpretáveis e os comportamentos descritos inteligíveis (Geertz 2008).

Na perspectiva de Gilberto Velho, “existem aspectos de uma cultura e de uma sociedade que não são explicitados, que não aparecem à superfície e que exigem um esforço maior, mais detalhado e aprofundado de observação e empatia” (Velho 1978, p.36 e 37).

Interpretar signos, ou procurar o “comum” dentro da cultura de um povo requer a observação participante, requer a convivência, e por isso a escolha da utilização da etnografia, a qual inclui a própria observação participante, somada às pesquisas em registos e às entrevistas. Tais métodos conciliados possibilitaram uma base de dados consistente para a síntese de informações acerca da cultura *alterna* e do comportamento social específico da comunidade.

Para corroborar a escolha do estudo etnográfico, há ainda a particularidade da realização de um trabalho em antropologia urbana, cujo objecto de investigação encontra-se em e confunde-se com o grande centro urbano, Recife,

“(…) certamente haveria que se perguntar se o exercício da cidadania, das práticas urbanas e dos rituais da vida pública não teriam, no contexto das

³³ “Em suma: a natureza da explicação pela via etnográfica tem como base um *insight* que permite reorganizar dados percebidos como fragmentários, informações ainda dispersas, indícios soltos, num novo arranjo que não é mais o arranjo nativo (mas que parte dele, leva-o em conta, foi suscitado por ele) nem aquele com o qual o pesquisador iniciou a pesquisa. Este novo arranjo carrega as marcas de ambos: mais geral do que a explicação nativa, presa às particularidades de seu contexto, pode ser aplicado a outras ocorrências; no entanto, é mais denso que o esquema teórico inicial do pesquisador, pois tem agora como referente o “concreto vivido”(Magnani 2002, p.17).

grandes cidades contemporâneas, outros cenários: para tanto, é necessário procurá-los com uma estratégia adequada. É o que se propõe com a antropologia, por meio do método etnográfico. As grandes cidades certamente são importantes para análise e reflexão, não apenas porque integram o chamado sistema mundial e são decisivas no fluxo globalizado e na destinação dos capitais, mas também porque concentram serviços, oferecem oportunidades de trabalho, produzem comportamentos, determinam estilos de vida – e não apenas aqueles compatíveis com o circuito dos usuários “solventes”, do grande capital, frequentadores da rede hoteleira, de gastronomia e de lazer que seguem padrões internacionais” (Magnani 2002, p.15).

Aqui, é importante colocar que, anteriormente à investigação, por cinco anos vivi na cidade de Recife e, muito embora não tenha observado detalhes com o propósito da etnografia, a comunidade *alterna* já me era familiar. Mas até que ponto? Para executar a investigação, foi necessário “transformar o familiar em exótico”³⁴, ou seja, extinguir as primeiras impressões, os rótulos, os estereótipos antes vistos, e encarar o objecto de estudo como algo completamente novo, já que, fazendo uso das palavras de Gilberto Velho,

“Posso estar acostumado, como já disse, com uma certa paisagem social onde a disposição dos atores me é familiar, a hierarquia e a distribuição de poder permitem-me fixar, *grosso modo*, os indivíduos em categorias mais amplas. No entanto, isto não significa que eu compreenda a lógica de suas relações” (Velho 1978, p.41).

Estar habituado à presença de algo de maneira que isto nos seja familiar, não implica na constatação de que se conhece isto de forma aprofundada. Do mesmo modo que algo que nunca foi antes visto pode ser, de alguma forma, por nós já conhecido (Da Matta 1978).

A primeira acção realizada foi o levantamento bibliográfico necessário para garantir o embasamento teórico fundamental no desenvolvimento das acções durante a pesquisa de

³⁴ De acordo com Roberto Da Matta, tal transformação corresponde a um momento fundamental na investigação, no qual, “(...) a disciplina se volta para a nossa própria sociedade, num movimento semelhante a um auto-exorcismo, pois já não se trata mais de depositar no selvagem africano ou melanésico o mundo de práticas primitivas que se deseja objetificar e inventariar, mas de descobri-las em nós, nas nossas instituições, na nossa prática política e religiosa. O problema é, então, o de tirar a capa de membro de uma classe e de um grupo social específico para poder – como etnólogo – estranhar alguma regra social familiar e assim descobrir (ou recolocar, como fazem as crianças quando perguntam os “porquês”) o exótico no que está petrificado dentro de nós pela reificação e pelos mecanismos de legitimação” (Da Matta 1978, p.28 e 29).

campo. Foi feita uma classificação bibliográfica, bem como uma pesquisa documental com o intuito de possibilitar um conhecimento mais aprofundado sobre o objecto de estudo, antes da convivência efectiva. Tal levantamento, o qual se estendeu ainda no decorrer das actividades de campo, consistiu na colecta de informações através de livros, artigos científicos, periódicos e sites da internet, e, muito embora não exista um número consistente de informações atreladas ao termo *alterna*³⁵, foi levantada uma base de dados directamente ligados ao termo. Ainda nesse primeiro momento foram elaborados os roteiros de entrevistas utilizados, contemplando as características obtidas através das informações levantadas, como por exemplo quem entrevistar, que ambientes frequentar, que abordagem utilizar, etc.

Em seguida se deu o trabalho de campo, realizado de Julho à Outubro de 2011 na cidade de Recife. Neste ponto da investigação, para além do levantamento bibliográfico, da leitura e fichamento de obras e da pesquisa documental, visto que o trabalho de campo foi também composto por pesquisa etnográfica, houve a observação participante.

Foram frequentados assiduamente bares, cafeterias, livrarias, restaurantes, eventos, entre outros pontos voltados para o público *alterna*. Foram observadas e catalogadas características, hábitos e comportamentos comuns aos frequentadores, tais quais, o consumo, as preferências musicais, a forma de se vestir, de falar, etc. Ainda neste segundo momento foram realizadas as entrevistas, havendo posteriormente a selecção dos dados colectados e o tratamento desses dados. Com o intuito de investigar também as noções que aqueles que não se afirmam *alternas* trazem sobre a comunidade aqui estudada, foram entrevistadas pessoas que se consideram e pessoas que não se consideram *alternas*.

Em seguida se deu um terceiro momento o qual contou ainda com actividades como pesquisa bibliográfica, leitura e fichamento de obras, pesquisa documental, mas fundamentalmente, foi neste ponto que se deu a análise crítica do material colectado durante o trabalho de campo.

Mesmo tendo-se encerrado o tempo em campo, neste ponto ainda houve um relacionamento com as pessoas envolvidas no trabalho de campo através de tecnologias de comunicação à distância. O relacionamento mantido pós trabalho de campo teve por intuito informar sobre o andamento da pesquisa e obter um *feedback* sobre as interpretações feitas a partir das informações obtidas através das entrevistas. Aqui pode ser colocada como

³⁵ O emprego do termo, *alterna*, será tratado no próximo capítulo.

vantajosa a escolha de um objecto de estudo familiar devido à acessibilidade e alto grau de participação. Nas palavras de Gilberto Velho (1978),

“Assim, ao estudar o que está próximo, a sua própria sociedade, o antropólogo expõe-se, com maior ou menor intensidade, a um confronto com outros especialistas, com leigos e até, em certos casos, com representantes do universo que foram investigadores, que podem discordar das interpretações do investigador. Vivi essa experiência em minha pesquisa sobre uso de tóxicos em camadas médias altas, quando pelo menos duas pessoas que eu tinha entrevistado não concordaram com algumas das minhas conclusões, apresentando críticas que me levaram a rever pontos importantes.” (Velho 1978, p.44 e 45).

Fazendo uso da composição metodológica – pesquisa em registos históricos, realização de entrevistas e utilização de pesquisa etnográfica – foi possível a obtenção de informações que atingem os propósitos desta investigação. As conclusões obtidas só se tornaram tangíveis a partir da utilização da metodologia supracitada, a qual conseguiu combinar os campos de actuação, teórico e prático, viabilizando a execução do trabalho e a obtenção de resultados conclusivos.

Capítulo IV – Identidade *alterna*

Neste capítulo são abordadas as observações obtidas a partir da pesquisa de campo no que diz respeito à identidade cultural do *alterna*. São tratadas questões como o emprego do termo *alterna* e outras terminologias afins, o comportamento de consumo descrito nas entrevistas ou observado no estudo etnográfico, são descritas as características do consumo. São ainda abordadas as noções que o *alterna* tem de si, bem como as noções que as outras pessoas tem do *alterna*.

Neste ponto também será feito um comparativo entre a identidade *alterna* e a identidade Mangubeat, visto que o Movimento Mangubeat é apontado neste trabalho como deflagrador cultural do *alterna*.

O termo

Muito embora o conceito do que viria a ser o *alterna*, conceito este amparado pelas características comportamentais, seja amplamente difundido pela cidade de Recife, o termo, *alterna*, não é tão facilmente reconhecido pelas pessoas e vem sendo empregado há pouco tempo na cidade, existem, entretanto, algumas outras terminologias utilizadas para se referir ao *alterna*.

Alguns dos entrevistados conheciam tanto o termo “alterna” quanto o termo “alterninha” – este já em um sentido mais pejorativo –, alguns dos entrevistados, entretanto, afirmaram nunca terem ouvido a palavra *alterna*, no entanto, quando questionados se sabiam o que seria o *alterna* todos responderam apontando as características deste. Alguns afirmaram que seria a “galera alternativa”, outros diziam que

já ouviram falar no termo “MESC”, Movimento Eu Sou Cultural – este também em um tom pejorativo –, mas todos sabiam a que perfil de pessoas se referia a pesquisa.

Nos sites da Internet ou nas redes sócias é possível encontrar todos os termos supracitados, em um blog da Internet foi possível encontrar o seguinte relato,

“(…) eu e mais um grupinho 'do rock', que não curtia muito as exacerbações do movimento mangue, criamos um termozinho super preconceituoso pra nos referirmos as pessoas que, vamos dizer assim, 'estavam em todas', nas coisas da pernambucanidade. MESC - Movimento Eu Sou Cultural, era esse o termo”.³⁶

As palavras da autora do blog evidenciam dois pontos bastante importantes, o caráter depreciativo do termo “MESC” e a ligação sempre visível entre o *alterna*, ou o MESC, e o Movimento Manguebeat.

Já o termo “alterna” não está comumente associado ao tom jocoso, ou pejorativo. Sites de divulgação de eventos, por exemplo, especificam o público-alvo através do termo “alterna”.

Guaiaum Treloso muda endereço e arrasta descolados em prévia alterna

Por: [Rafaella Soares](#)

A Reserva Apipucos foi o terreno escolhido para receber o Guaiaum Treloso em 2012, depois de alguns anos no Sítio de Zé Donino, no Poço da Panela. Ambos os endereços ficam numa área de acesso delicado da zona norte – por conta do já esperado aumento no fluxo de carros em fim de semana de prévias



Figura 12 – Divulgação de evento Recife I

Fonte: [http://www.revistaogrito.com/page/blog/2012/02/06/guaiaum-treloso-muda-endereco-e-arrasta-descolados-previa-](http://www.revistaogrito.com/page/blog/2012/02/06/guaiaum-treloso-muda-endereco-e-arrasta-descolados-previa-alterna/?utm_source=feedburner&utm_medium=feed&utm_campaign=Feed%3A+revistaogrito+%28Revista+O+Grito%21%29)

[alterna/?utm_source=feedburner&utm_medium=feed&utm_campaign=Feed%3A+revistaogrito+%28Revista+O+Grito%21%29](http://www.revistaogrito.com/page/blog/2012/02/06/guaiaum-treloso-muda-endereco-e-arrasta-descolados-previa-alterna/?utm_source=feedburner&utm_medium=feed&utm_campaign=Feed%3A+revistaogrito+%28Revista+O+Grito%21%29) (acesso em 04/04/2012).

Figura 13 – Divulgação de evento Recife II

Fonte: <http://www.divulgarecife.com/shows/uk-programacao-alterna-sextas-janeiro/> (acesso em 04/04/2012).

³⁶ Fonte: <http://aloucado101.blogspot.pt/2009/01/recife-abuso-curiosidade-individuos.html>. Acesso em 04/04/2012.



Figura 14 – Divulgação de evento Recife III

Fonte: <http://www.divulgarecife.com/shows/quarto-pedaco-poco-panela/> (acesso em 04/04/2012).

Nas redes sociais como Orkut, Facebook e Twitter, também é possível ver algumas menções dos termos, no Orkut, por exemplo, há uma Comunidade denominada MESC e destinada àqueles que se vêem como tais.



Figura 15 – Comunidade no Orkut

Fonte: [http://www.orkut.com/Main#Main\\$Community?cmm=162808&hl=pt-BR](http://www.orkut.com/Main#Main$Community?cmm=162808&hl=pt-BR) (acesso em 04/04/2012).

Outro termo observado foi o “pseudo alterna” usado pelos *alternas* para designar aqueles que seguem os comportamentos de consumo do *alterna* como tendência, como moda, mas não compartilha os mesmos ideais, apenas procura ir aos mesmos lugares, se vestir da mesma forma, etc. Mas pelos *alternas* os “pseudo alternas” não são considerados autênticos *alternas*, por isso o termo.

Desta forma, ainda que outros termos sejam usados para designar o que esta investigação traz por *alterna*, todas compartilham as mesmas significâncias, algumas apontadas de maneira jocosa ou depreciativa, mas todas apontam características comuns para aquele que encaixa no perfil *alterna*. Esta investigação trabalha com o termo “alterna”

devido ao fato deste ser encarado de uma forma mais positiva tanto pelos *alternas* quanto pelos que não são.

Noções de si e consumo

Visto que este trabalho considera o consumo como sendo fundamentalmente um ato social segundo o qual se constroem e afirmam subjectividades, foi analisado o consumo do indivíduo *alterna* de maneira a atrelar significações trazidas pela “ideologia” *alterna* e comportamento de consumo *alterna*.

É de suma importância lembrar que o consumo é aqui colocado de forma abrangente, e não se limita ao consumo de bens materiais, mas também analisa o consumo de bens imateriais tais quais, música, cinema, espectáculos, arte de uma maneira geral, tecnologia, etc. É aqui colocado o estilo de vida *alterna*,

“em vez de adotarem um estilo de vida de maneira irrefletida, perante a tradição ou o hábito, transformam o estilo num projeto de vida e manifestam sua individualidade e senso de estilo na especificidade do conjunto de bens, roupas, práticas, experiências, aparências e disposições corporais destinados a compor um estilo de vida” (Featherstone 1995, p.123).

Neste mesmo sentido, desta vez sob a óptica de Bourdieu,

“o estilo de vida é um conjunto unitário de preferências distintivas que exprimem, na lógica específica de cada um dos subespaços simbólicos, mobília, vestimentas, linguagem ou héxis corporal, a mesma intenção expressiva, princípio da unidade de estilo que se entrega totalmente à intuição e que a análise destrói ao recortá-lo em universos separados” (Bourdieu 1983, p.84).

Na concepção do *alterna*, de acordo com as entrevistas e conversas realizadas e com base nas observações feitas, *alterna* quer dizer alguém que foge dos padrões mais populares no modo de vestir, no gosto musical, nos lugares que frequenta, ou até mesmo na

carreira profissional, gosta de coisas diferentes das comuns, para tanto, mistura o cliché com o não convencional, transformando assim uma coisa corriqueira em algo totalmente novo, fora dos padrões.

O *alterna* se vê como alguém que procura incorporar aos aspectos locais, referências globais de maneira a transformar isso em algo novo. O *alterna* se vê ainda como alguém que procura valorizar tais aspectos locais, buscando assim aspectos tradicionais da cultura e incorporando-os às tendências mais actuais.

É alguém que considera que estabelece uma visão crítica sobre temas polémicos, que acredita sentir a necessidade de se informar e de formular opiniões bem fundamentadas. É comumente engajado em causas socioambientais, movimento estudantil e manifestações culturais variadas. Ao assumir uma postura comprometida com a cultura local, acredita fomentar a necessidade de preservação da cultura e da história da cidade. Sente-se conectado com a cidade e sua história de maneira a incorporar um dever de preservação e de divulgação de tais aspectos culturais e populares.

Um exemplo do consumo de manifestações sociais, é o recentemente divulgado nas redes sociais Movimento Ocupe Estelita.

The image is a screenshot of a Facebook event page. At the top left, there is a banner with a city skyline and the text '#OCUPEESTELITA'. The event title is '#OCUPEESTELITA + MAMBEMBE' and it is categorized as 'Evento público'. The event is scheduled for 'domingo, 22 de Abril de 2012' at '11:00 em UTC-03'. The description of the event reads: 'É isso mesmo galera, o ocupe continua e com mais força do que nunca! Agregando ideias com o movimento mambembe, promovido pelos estudantes de arquitetura da ufpe, o #ocupeestelita garante sua resistência esse domingo discutindo o Recife! Vai ser um domingo de sol, sombra e idéias à beira rio! O grupo Mambembe realizará uma sessão de debates para finalizar o encontro regional com o tema "Discutindo o Novo Recife." O debate acontecerá das 13h as 15h com a participação de : Tomaz Lapa de Menezes (Professor de Arquitetura e Urbanismo da UFPE) Manília Cireno (Arquiteta, participa do Coletivo Atelier 6) Cesar Barros (Arquiteto) Roberto Ghione (Arquiteto) Vitória Régia (Presidente do IAB-PE) e outros convidados. Também teremos: - Música - Exibição de filmes - Atrações artísticas - Bebidas - Grafitagem - Free Speech - Circo - Piscina - Churrasco - Futebol - Dominó - E o que você quiser levar! Venham e tragam sua família e amigos, toda participação é + que bem-vinda. O cais é um espaço nosso. Ocupe-o! #OcupeEstelita #Ocupedeias'.

Figura 16 – Movimento Ocupe Estelita

Fonte: <http://www.facebook.com/#!/events/209986855778971/> (acesso em 20/04/2012).

Manifestação consiste em um movimento de contestação a um projecto de urbanização desenvolvido por grandes construtoras da cidade e recentemente divulgado pela imprensa. O projecto Novo Recife, propõe a construção de 13 edifícios empresariais e residenciais de 40 pavimentos, na área central da cidade de Recife, onde há actualmente o Cais José Estelita. O Movimento Ocupe Estelita “consolida uma discussão iniciada nas redes sociais sobre o modelo de urbanização e de sociabilidade (...). A proposta é que o manifesto proporcione uma maior ocupação do espaço físico e político no Recife. É um convite à sociedade para participar e lutar pelas mudanças que a cidade precisa”³⁷.

Na forma de falar procuram manter o sotaque recifense, e por mais que muitas vezes possuam um discurso bastante eloquente, é sempre presente o sotaque, não comum no estado de Pernambuco, mas na cidade de Recife.

Quando na carreira profissional, procura se diferenciar através dos posicionamentos sempre atrelados à identidade *alterna*. É importante frisar que as carreiras *alternas* são se limitam aos profissionais de áreas mais inovadoras ou “descoladas” como publicidade, design, comunicação, cinema, etc. – muito embora seja, de fato, muito mais visível a identidade *alterna* nessas carreiras – mas é possível ver em profissionais *alternas* de outras áreas. De acordo com os entrevistados, ter uma carreira profissional *alterna* quer dizer realizar a actividade profissional, ainda que esta seja mais tradicional, de maneira inovadora, fazendo uso de recursos diferenciados.

Os entrevistados afirmam, porém, que existem carreiras que por si só são mais *alterna*, são exemplos a carreira académica, a área de comunicação, jornalismo, publicidade, fotografia, cinema, design, arquitectura, gastronomia, cargos públicos em certos Órgãos e Fundações, no meio artístico, áreas relacionadas com estudos sociais como história, sociologia ou antropologia.

Quando se trata da forma de se vestir o que procuram é ressaltar a valorização de aspectos regionais como a utilização de tecidos como a chita – um tecido de algodão geralmente com cores fortes e estampas florais, o qual devido ao baixo custo, tornou-se bastante popular e um ícone da identidade do Nordeste brasileiro – ou mesmo o uso da

³⁷ Fonte: <http://www.observatoriodorecife.org.br/?p=5470>. Acesso em 20/04/2012.

alpercata – uma espécie de calçado, cuja sola se ajusta ao pé por meio de tiras de couro ou de algum tecido, comumente usado no interior do Nordeste brasileiro – entre outros artigos em couro como bolsas.

A indumentária é preferivelmente manufacturada com aspecto artesanal, leve e confortável, comprada em ateliers, costureiras locais, antiquários, brechós ou lojas especializadas. As mulheres usam mais vestidos e saias destacando a feminilidade, sandália rasteira ou sapatilha em lugar do salto alto, e usam o cabelo geralmente curto, afirmando aspectos de feminilidade e contemporaneidade, num mix de romantismo, regionalismo e modernismo. Há bastante uso de indumentária *retrô* ou *vintage* como itens que compunham a moda nos anos vinte. Os referenciais de beleza feminina são actrizes como Audrey Hepburn, Brigitte Bardot, Zooe Deschanel personagens como Amélie Poulain entre outros ícones.

Os homens normalmente usam calças de tecido ou bermudas e camisola leve, e na medida do possível, usam sandálias de couro. “Há uma busca pelo conforto como se a estética não importasse (...) os homens trocam o ténis pela alpergata”³⁸.

A imagem abaixo foi extraída de um blog sobre moda.



Figura 17 – Indumentária alterna

Fonte: <http://gabialbuquerque.wordpress.com/tag/cinema/> (acesso em 16/04/2012).

No que diz respeito ao corpo, é bastante comum o gosto pela prática de mudanças corporais como o uso de piercings, alargadores nas orelhas e tatuagens.

A comunicação normalmente se dá através das redes sociais, alguns blogs e principalmente frequentando certas festas, eventos, conferências, fóruns ou mesmo manifestações. As divulgações fazem uso sempre das redes sociais da internet e de recursos criativos, como cartazes inovadores, chamativos, ou mesmo o uso de media alternativa, como por exemplo vídeos de efeito viral. Os bairros mais antigos da cidade são mais frequentados.

³⁸ Trecho retirado de entrevista.

Um exemplo do tipo de divulgação utilizada pode ser observado nas imagens que se seguem. Trata-se da divulgação de vários temas de uma festa que acontece periodicamente na cidade que é voltada para o público *alterna*, a Maledita.

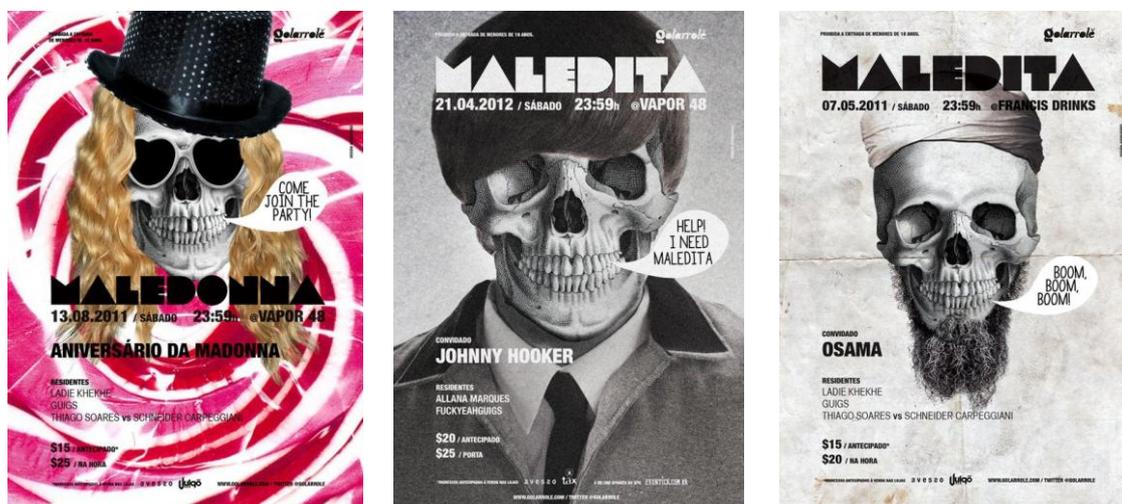


Figura 18 – Cartaz de festa temática em razão do aniversário da cantora Madonna

Fonte: <http://www.facebook.com/photo.php?fbid=266543063361262&set=a.103774646304772.8135.100000167127323&type=3&permPage=1> (acesso em 19/04/2012).

Figura 19 – Cartaz de festa na mesma data em que o cantor Paul Mccartney se apresenta na cidade

Fonte: <http://www.facebook.com/photo.php?fbid=434343419914558&set=a.341193775896190.99976.100000167127323&type=3> (acesso em 19/04/2012).

Figura 20 – Cartaz de festa realizada na semana em que o governo dos Estados Unidos anunciou a morte de Osama Bin Laden

Fonte: <http://www.facebook.com/photo.php?fbid=221209307894638&set=a.103774646304772.8135.100000167127323&type=3> (acesso em 19/04/2012).

Para falar do consumo de arte, há uma comunidade na rede social Orkut que tipo de produção artística consome um *alterna* ou “MESC”.

“Se você vai a toda a retrospectiva/expectativa da fundação, aliás se você vai a toda semana na fundação, Lê livros cabeça tipo : doistoiévski, neruda, kafka e afins, frequenta o burburinho [principalmente as segundas], vai a todas as peças e espetáculos de dança que estão em cartaz, conhece tudo sobre o underground da música da polônia...seja bem vindo ao clube ! Você é um MESC !”³⁹

³⁹ Fonte: [http://www.orkut.com/Main#Main\\$Community?cmm=162808&hl=pt-BR](http://www.orkut.com/Main#Main$Community?cmm=162808&hl=pt-BR). Acesso em 04/04/2012.

Quando se trata de gostos musicais, o *alterna* se vê como alguém que aprecia a produção sonora local, carregada de sotaque, ritmos e instrumentos tradicionais. Mas não somente isso, uma parcela significativa também valoriza a produção mais popular, apreciada, entretanto, através de uma perspectiva nova, recontextualizada, de valorização como *kitsch*⁴⁰, enxergando assim a produção popular ou de periferia como legítima por ser autêntica. Não é considerada como tradicionalmente erudita, mas está encaixada num processo de legitimação estética que lhe atribui o *status* de “arte”, o *kitsch* se torna, assim, “cult”⁴¹.

A referência *kitsch* não se limita à música, mas também é visível no design, na moda, etc.

“Ao lado da indústria cultural, o kitsch se alicerça na mídia compondo nosso cotidiano por meio das novelas televisivas, música e publicidade. Além disso, é utilizado pela globalização como forma de democratizar a economia e a cultura. As regravações dos grandes sucessos de uma época, com novas interpretações ou ritmos musicais são considerados kitsch assim como fusões de estilos, épocas e ritmos que, ao perderem suas características originais mediante as fusões, contribuíram para constituir o kitsch. No percurso cíclico e recursivo da moda e das tendências, particularmente do vestuário, a moda busca inspiração no passado para ditar as tendências futuras, chamando de “novidades” aquilo que fez parte de uma época. A cultura de massa, calcada na indústria cultural, consegue transformar arquétipos em estereótipos, estandartizando padrões da moda por meio da repetição desses modelos até serem consumidos massivamente pela sociedade” (Sêga 2008, p.3).

Retomando a música, o *alterna* se vê como alguém que procura conhecer o maior número de artistas independentes não somente na cena recifense, pernambucana ou mesmo brasileira, mas nos países mais improváveis. O gênero é normalmente *indie*, rock, pop e electrónico experimental, *folk*, e principalmente ritmos que resultam da fusão de gêneros. Desta forma, o *alterna* é aquele que escuta as músicas de uma cantora islandesa cuja

⁴⁰ “De certa forma, pode-se considerar um objeto kitsch se ele apresentar uma ou mais das seguintes características: 1) imitação (de uma obra de arte ou de um outro objeto); 2) exagero (na linguagem visual ou na linguagem verbal); 3) ocupação do espaço errado (um carrinho de pedreiro usado como jardineira em um canteiro de jardim); 4) perda da função original (uma garrafa de vinho usada como castiçal)” (Sêga 2008, p.2).

⁴¹ Para os fins deste trabalho, *cult* seria considerado algo que remete ao culto, erudito. Um objecto *cult* seria algo ao qual é atribuído o status de “arte”.

carreira independente só permite a realização de shows no continente europeu, mas que de alguma forma ele tomou conhecimento e aprecia a peculiaridade daquela artista. “O que importa é o que essa música representa independente de onde quer que ela venha, se ela não é de massa, é *alterna*”⁴².

Com relação a música brasileira, o *alterna* costuma escutar cantores que foram marco para a história da música no país, normalmente cantores cujas composições estão atreladas aos movimentos de resistência contra a ditadura militar, instaurada no Brasil de 1964 a 1985. Músicos ligados aos movimentos culturais como o Tropicalismo, ou mesmo artistas que não estão associados a tais movimentos, mas que demonstram preocupação estética e intelectual nas suas composições. São exemplos os músicos Caetano Veloso, Chico Buarque, Cartola, Noel Rosa, Vinícius de Moraes, Elis Regina, entre outros.

No que diz respeito à produção cinematográfica, o *alterna* se vê como alguém que valoriza o cinema como expressão cultural e não como produto, dessa forma, o cinema é encarado com grande seriedade como mecanismo de expressão de exercício da cultura, da denúncia social e da criatividade, muitos *alternas* se afirmam cinéfilos.

O *alterna* prestigia o cinema nacional, principalmente os filmes do *Cinema Novo*⁴³ – são nomes do Cinema Novo, Glauber Rocha, Ruy Guerra, Nelson Pereira dos Santos, entre outros – e do *Cinema Marginal*⁴⁴ – Rogério Sganzerla, Julio Bressane, João Silvério Trevisan, e Ozualdo Candeias são os principais nomes do Cinema Marginal –, e também produções recentes com o perfil de cinema independente. Com relação ao cinema internacional, está atento às produções fora do eixo “hollywoodiano”, assim como na música, atenta para a particularidade de cada cineasta, tomando assim conhecimento de produções cinematográficas independentes ao redor do mundo. Com relação às super produções, são validados os clássicos *cult*⁴⁵ do cinema, e principalmente os directores com

⁴² Trecho retirado de entrevista.

⁴³ O Cinema Novo é caracterizado por ter “uma preocupação de retratar a realidade brasileira evidenciando posições políticas diante da situação de dependência econômica do Brasil”. Fonte: [http://bndigital.bn.br/redemememoria/cinovo.html](http://bndigital.bn.br/redememoria/cinovo.html). Acesso em 20/04/2012.

⁴⁴ “O Cinema Marginal tem a intenção de retratar a situação cultural e social do país, que estava sendo influenciado por histórias em quadrinhos, transmissão radiofônica, imprensa popular e o tropicalismo.” Fonte: <http://paulo-v.sites.uol.com.br/cinema/cinemamarginal.htm>. Acesso em 20/04/2012.

⁴⁵ Para se reportar ao um gênero do cinema, a expressão *cult* “surgiu nos EUA em 1980 com o livro “Cult Movies”, do crítico Danny Peary. O termo foi criado para classificar determinado filme que teve pouco ou nenhum sucesso comercial durante seu lançamento, mas que, algum tempo depois, angariou um pequeno, porém fiel, grupo de fãs, comumente, obsessivos” (Bressan 2008, p.4). Em Portugal seriam os filmes de culto.

uma postura diferenciada, os cineastas Stanley Kubrick, Lars von Trier, Woody Allen, Alfred Hitchcock, David Lynch são exemplos.

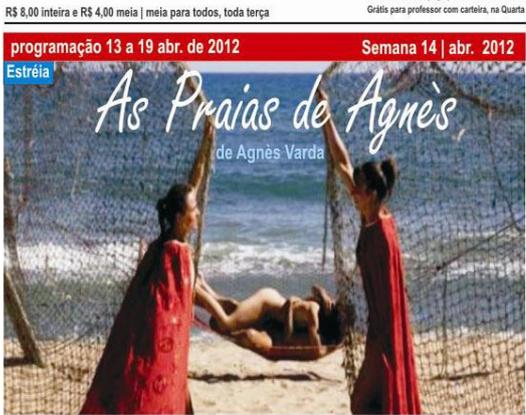
O *alterna* frequenta mostras e festivais de cinema – curtas metragens, longas metragens, animações, etc. –, comuns na cidade de Recife, participa de cineclubes e frequenta os cinemas não comerciais da cidade, sendo o principal deles o cinema da Fundação Joaquim Nabuco⁴⁶.



R\$ 8,00 inteira e R\$ 4,00 meia | meia para todos, toda terça

programação 13 a 19 abr. de 2012 Semana 14 | abr. 2012

Estreia



PINA o olhar de Wim Wenders encontra o talento de Pina Bausch



Toda a programação do Cinema da Fundação você encontra no www.fundaj.gov.br

Diretoria de Memória, Educação, Cultura e Arte
Rua Henrique Dias, 609 - Derby - Recife - PE
81-3073.6689 | 3073.6712 | 3073.6767
cinema@fundaj.gov.br
<http://twitter.com/CinemaFundacao>
www.cinemadafundacao.blogspot.com
Programação sujeita a mudanças



Bossa Mestre

Cinema como Espaço para Reflexão Cultural
Grátis para professor com carteira, na Quarta

(Les plages d'Agnes, Fra., 2008) De Agnès Varda.
Com Agnès Varda, André Lubrano, Blaise Fournier. A cineasta Agnès Varda acredita que abrindo uma pessoa, seriam encontradas paisagens e, no caso dela, encontrariam praias. Assim, a francesa, nos seus 80 anos, faz uma retrospectiva de sua vida com este filme, em que revisita todas as que conheceu em seus momentos mais importantes. No filme, autobiográfico, ela relembra os tempos em que foi fotógrafa, seu casamento com o cineasta Jacques Demy, sua luta no movimento feminista, além das pessoas importantes com quem viveu e os filmes que fez. **Inédito / em 35mm / Dolby SR / Estação / 110 min. / 1,85:1 / Livre anos**



4ª semana



PINA
(Pina, Ale., 2011). De Wim Wenders. O documentário "Pina" observa o grupo de dança Tanztheater Wuppertal Pina Bausch, exibindo a arte inspiradora e incomparável da notável coreógrafa alemã, falecida no verão de 2009. No filme se intercalam coreografias e depoimentos dos bailarinos. Wenders nos leva a uma viagem visualmente deslumbrante através das coreografias dançadas no palco e em locais da cidade de Wuppertal – cidade que durante 35 anos foi a casa e o centro da criatividade de Pina Bausch. **Dolby Digital / 2D / Inédito / Imovision / 106 minutos / 12 anos**

4ª semana



HABEMUS PAPAM
De Nanni Moretti

(Ita., 2011). De Nanni Moretti. Com Michel Piccoli, Nanni Moretti, Margherita Buy. **Habemus Papam** (competição oficial de Cannes 2011) humaniza o Vaticano ao revelar o medo, a dúvida, a angústia e a vulnerabilidade dessas figuras "divinas". Moretti também desvenda o processo de eleição de um novo papa, os bastidores e a confidencialidade que faz com que esta poderosa estrutura, o Vaticano, funcione. O ator franco-italiano Michel Piccoli – ator de "O Desprezo", de Godard, e "A Bela da Tarde", de Buñel –, interpreta o novo Papa em crise existencial que precisa de um terapeuta (Moretti) para encarar o responsabilidade com o mundo católico. **Inédito / em HD / 10 anos / Dolby Digital / Vinny Filmes**

CURTAS - Segunda, 16 abr. às 20h - Grátis aberto ao público

POETA URBANO (PE) - Ficção - 16' - Um dia na vida de Urbano, poeta marginal que anda pelas ruas do Recife e Olinda se perguntando "como dedicar a vida ao ofício da criação poética e ao mesmo tempo providenciar a tão aclamada sobrevivência, se são coisas tão antagônicas?". **Direção:** Antônio Carrilho - **Produção:** Tiago Melo

Cineclube Dissenso
«Em Construção» de José Luís Guerin - no Cinema da Fundação às 13h50 - Grátis

sex 13 abr	sáb 14 abr	dom 15 abr	seg.	Ter 17 abr	qua 18 abr	qui 19 abr
	13h50 - Dissenso Em Construção de J. Luis Guerin					
16h10 PINA	16h10 HABEMUS PAPAM	16h10 Agnès		16h10 PINA	16h10 Agnès	16h10 Agnès
18h10 Agnès	18h10 PINA	18h15 Agnès	20h curtas- metragens	18h10 Agnès	18h15 Agnès	18h15 HABEMUS PAPAM
20h20 Agnès	20h20 Agnès	20h25 PINA		20h20 Agnès	20h25 PINA	20h20 Agnès

Ministério da Educação




PAÍS RICO E PAÍS SEM POBREZA

⁴⁶ O cinema da Fundaj tem como propósito “criar uma política de exibição formadora de público numa cidade culturalmente rica, mas pobre em espaços dedicados ao cinema não comercial (...). Em 2011, o Cinema da Fundação bateu o seu próprio recorde de público, atraindo mais de 62 mil espectadores ao longo de uma programação intensa, que incluiu cerca de dez mostras de filmes, com parceiros importantes como a Secretaria de Direitos Humanos do Governo Federal, e os Consulados da França e o da Espanha. Fonte: http://www.fundaj.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=248&Itemid=227. Acesso em 19/04/2012.

Figura 21 – Programação Cinema da Fundação Joaquim Nabuco

Fonte: http://www.fundaj.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=247&Itemid=227 (acesso em 18/04/2012).

Ainda com relação às artes, o *alterna* é interessado em quadrinhos, grafismo, artes circenses, literatura – principalmente autores do Realismo e do Existencialismo – design e arte contemporânea.

“Tudo tem uma versão mais legal do que já existe, e essa versão mais legal é a versão *alterna*, que nem todo mundo consegue ter acesso porque não é todo mundo que consegue ver o lado legal da coisa, fica limitado a ver as coisas de forma limitada. Eu vejo isso e que vejo que poder além disso, então crio a versão alternativa disso, a versão *alterna*”⁴⁷.

É possível, então, ter conhecimento, sob a óptica do *alterna*, em quais são as suas preocupações ao fazer escolhas quotidianas, como o que vestir ou o que ouvir. É possível compreender o que compõe a identidade *alterna* de acordo com os propósitos daqueles que se afirmam *alternas*.

Noções dos outros

A investigação também considerou a perspectiva daqueles que não compartilham a identidade *alterna*. A etnografia contemplou também a óptica construída de fora da comunidade, procurando saber como aqueles que não se consideram *alterna*, enxergam estes.

Na perspectiva de todos os não *alternas* entrevistados, e também na opinião dos próprios *alternas* quando indagados sobre como acham que são vistos pelos não *alternas*, os *alternas* são “aquele povo estranho, meio esquisito, que quer ser “*cult*”⁴⁸, quer ser algo

⁴⁷ Trecho retirado de entrevista.

⁴⁸ Neste sentido, uma pessoa *cult*, seria alguém que se interessa por artigos *cult* e que adopta uma postura de validação destes artigos, ressaltando as características que os asseguram o status de “arte”.

que não é”⁴⁹. O *alterna* é visto como alguém que se sente superior, que se coloca como um indivíduo diferenciado intelectualmente, e por isso considera as outras pessoas, comunidades, grupos ou “tribos” como, como alienadas, não questionadoras, e por isso dominadas e controladas pela indústria cultural.

Pelas pessoas de baixa renda, o *alterna* é muitas vezes visto como alguém de classe média que brinca de ser pobre. Muitas vezes vistos nos circuitos de música produzidos nas periferias da cidade, o *alterna* é visto como alguém que faz uso de comportamentos próprios da população menos favorecida – como escutar músicas produzidas em periferia, frequentar bares e botecos localizados nos bairros pobres ou mesmo eventos realizados na periferia – mas que na verdade não compartilha aquela realidade diária. Os *alternas* são, então, vistos por algumas pessoas como “burgueses metidos a pobres”⁵⁰.

Ainda neste mesmo contexto, pelo fato de se engajar em movimentos de transformação social, o *alterna* é muitas vezes apontado como usuário de um discurso falso moralista, visto que pratica um consumo de certa forma irônico à medida que condena a verticalização do espaço urbano, mas reside em um dos arranha céus da cidade.

A imagem abaixo foi retirada de um blog sobre comportamento.

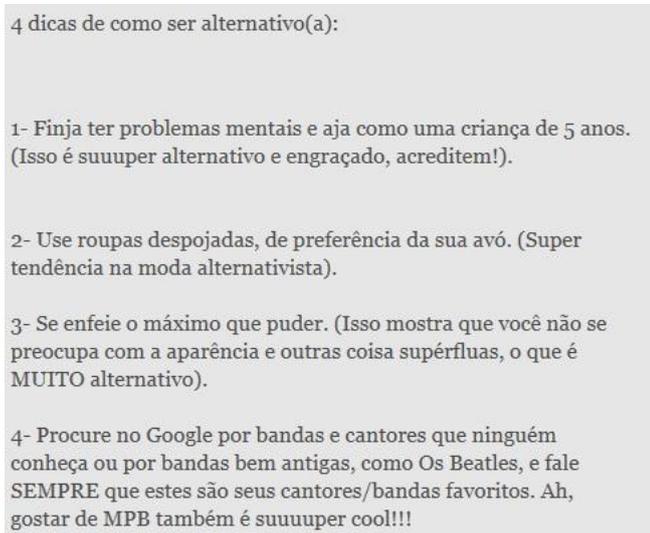


Imagem 22 – Noções dos outros

Fonte: <http://dicasdecomoser.blogspot.pt/2010/01/1-post-dicas-de-como-ser-alternativoa.html> (acesso em 19/04/2012).

⁴⁹ Trecho retirado de entrevista.

⁵⁰ Idem.

Dessa forma, de maneira geral, devido ao criticismo defendida pelo *alterna*, este é muitas vezes visto como arrogante, prepotente, como alguém que “acha um absurdo gostar do comum”⁵¹, que menospreza aqueles que não fazem parte da comunidade, ou seja, que impõe uma barreira de aceitação pautada nos códigos da comunidade para intelectualidade, musicalidade, etc.

Identidade alterna x Identidade Mangubeat

Quando questionados, todos os entrevistados, sem exceção, afirmaram que viam grandes semelhanças entre o *mangueboy* e o *alterna*. Alguns chegam a afirmar que o *alterna* seria o legado deixado pelo Movimento Mangubeat. Outros afirmam que os propósitos são os mesmos, uma vez que assim como o *mangueboy*, o *alterna* busca criar algo novo a partir do que já existe, e não somente isto, mas que ambos valorizam imensamente e divulgam a cultura regional, mas trazem também uma proposta de mudança, de inovação.

O Manifesto “Caranguejos com cérebro” traça uma descrição daqueles que seriam os *mangueboys e manguegirls*,

“Hoje, Os mangueboys e manguegirls são indivíduos interessados em hip-hop, colapso da modernidade, Caos, ataques de predadores marítimos (principalmente tubarões), moda, Jackson do Pandeiro, Josué de Castro, rádio, sexo não-virtual, sabotagem, música de rua, conflitos étnicos, midiotia, Malcom Maclaren, Os Simpsons e todos os avanços da química aplicados no terreno da alteração e expansão da consciência.”⁵²

Muitos dos elementos apresentados acima são comuns também aos *alternas*. A forma de propor um grau de consciência elevado, uma maior dedicação às questões

⁵¹ Idem.

⁵² Fred Zeroquatro, Manifesto “Caranguejos com cérebro”.

socioambientais, mais atenção à produção local sem deixar de buscar referências externas, o uso de um criticismo actuante, são todos pontos comuns às duas identidades.

Assim como hoje o *alterna* está à frente dos movimentos de mobilização social, na década de noventa eram os *mangueboys* que traziam esse tom de denúncia, nas canções, na arte, nos fóruns de discussão, nas roupas, nas atitudes de maneira geral.

Da mesma forma se dá no cinema e na música, a mistura de ritmos, a descrição do cotidiano, a postura vanguardista são elementos que fizeram parte da cultura Mangubeat e fazem parte da cultura *alterna*. Os artistas e grupos musicais que eram consumidas pelos *mangueboys* e que ainda existem, são hoje consumidos pelos *alternas*.

Dessa forma, é possível sim, ver muito da influência e referência Mangubeat na identidade cultural *alterna*, desde as pequenas escolhas diárias, até à filosofia da identidade. A identidade Mangubeat poderia, então, ser visto como deflagrador cultural da identidade *alterna*.

Capítulo V – **Comunidade *alterna***

Neste ponto são colocados assuntos referentes à comunidade *alterna*, de maneira a analisar os comportamentos colectivos, os mecanismos de encaixe social presentes na comunidade.

O *alterna* é visto neste capítulo de maneira colectiva. Por se tratar de uma comunidade numerosa e que consome serviços e bens materiais e imateriais, a comunidade *alterna* é enxergada como público-alvo para certas empresas e promotores de eventos. A comunidade *alterna* é então entendida como mercado alvo com um consumo próprio e para o qual bens e serviços são direccionados.

Comportamento

O comportamento, encarado de forma colectiva, possui duas interpretações, a interna e a externa à comunidade.

Internamente, o comportamento da comunidade *alterna* é encarado como filosofia, estilo de vida. Como um conjunto de pessoas com identidades culturais semelhantes e que juntas expressam tal identidade de forma livre, espontânea. Para a comunidade, o comportamento é apenas fruto do propósito de cada um, é o resultado gerado a partir da reunião de muitos indivíduos que pensam de maneira semelhante. O comportamento seria então algo que parte de dentro – da identidade – para fora – para a sociedade.

Neste sentido poderia se melhor compreender a noção de comportamento como é encarado pelos *alternas* a partir do conceito de *habitus* em Bourdieu (1992). Evidenciando o carácter de interdependência entre indivíduo e sociedade, a noção de *habitus* concilia a realidade exterior e as realidades individuais.

O *habitus* deve ser encarado como um agregado de esquemas de noção, adaptação e acção o qual é experimentado e praticado, considerando que as conjunturas de um dado ambiente o estimulam, expressando assim uma espécie de diálogo entre o mundo objectivo e o mundo subjectivo das individualidades, constantemente norteado para funções e acções de práticas quotidianas. A relação entre indivíduo e sociedade tendo como base a categoria *habitus*, tem o individual, o subjectivo como social e ao mesmo tempo colectivamente orientado. O *habitus* seria, então, uma subjectividade socializada (Bourdieu & Wacquant 1992).

O comportamento *alterna* consiste em ir aos festivais de música e cinema, participar activamente das manifestações, movimentos culturais e fóruns de discussão, fomentar o resgate às raízes culturais da cidade e do estado, valorizar e divulgar a produção artística local, acompanhar a cena cultural pernambucana, redescobrir os espaços urbanos da cidade, quebrar paradigmas e reconstruir conceitos desfasados.

Há, entretanto, grande divergência quanto às ópticas internas e externas à comunidade. Externamente, a comunidade é vista como algo que funciona de forma sistemática, como um movimento de padronização. “Existe um conceito a ser seguido”⁵³. Aqueles que se encontram externamente à comunidade enxergam o comportamento *alterna* como uma moda ou tendência, algo que é seguido sem ser questionado, ou raciocinado. O comportamento *alterna* seria, então, algo que parte de fora para dentro, ou seja, uma tendência que influencia as pessoas a se comportarem de certa forma.

“A pessoa pode ser “alternativa” e ter gostos que fogem do padrão normal da sociedade pernambucana, mas ser *alterna* de Recife significa ser aquele tipo de gente, usando aquele tipo de roupa, escutando aquele tipo de música, esse é o modelo de *alterna* de Recife. (...) Tem uma padronização, tem que frequentar assiduamente mesmo, tipo toda sexta-feira você tem que ir aos mesmos lugares, tem que ter aquela repetição, aquele comportamento sistemático. É tudo tão padronizado, você vai frequentando os mesmos lugares, vais vendo as mesmas pessoas, não sei se é porque Recife é pequeno ou se é porque esse grupo é limitado. (...) A primeira pessoa que começa a usar algo pode ter um sentido pra ela, pode viajar, tipo, na história das coisas, mas se essa pessoa for influente o resto vai copiar sem sentido, que é o que acontece nesse grupo social. É tudo muito sem sentido. Você não vai pelo seu

⁵³ Trecho retirado de entrevista.

sentido, você não tem aquele sentimento de dentro para fora. O comportamento dos *alternas* de Recife é de fora para dentro.”⁵⁴

Dessa forma, o comportamento *alterna* seria simplesmente se vestir da mesma forma, frequentar os mesmos lugares, ouvir os mesmos tipos de música, sem que haja a comunhão de uma identificação cultural ou uma filosofia comum.

“E aí o pessoal vai se identificando na aquele grupo social com uma forma padronizada de se vestir, uma forma padronizada de pensar, uma forma padronizada de consumir música, de consumir tecnologia, que acaba fazendo o caminho inverso da “alternatividade”. Você tá sendo alternativo ao comum, mas você tá meio que seguindo um sistema de padronização.”⁵⁵

Externamente a comunidade *alterna* é vista como uma moda estereotipada, ditada, segundo a qual aqueles que seguem são aceites, e aqueles que não seguem são rechaçados. Os códigos de aceitação ditados pelo comportamento seriam justamente a indumentária, os lugares frequentados, a aparência de forma geral, aqueles que não compartilham esses mesmos consumos não são aceites, não importando quão semelhantes sejam a mentalidade e as opiniões.

A divergência é tida como algo segmentado, arraigado, não passível de mudança. Grande parte dos *alternas* acredita que o comportamento existe a partir da identidade cultural, e grande parte dos não *alternas* acredita que o comportamento é seguido de maneira superficial.

Mercado

Sendo o comportamento *alterna* entendido como tendência ou não, a questão é que há um fluxo de consumo voltado para bens e serviços específicos. Há uma demanda

⁵⁴ Trecho retirado de entrevista.

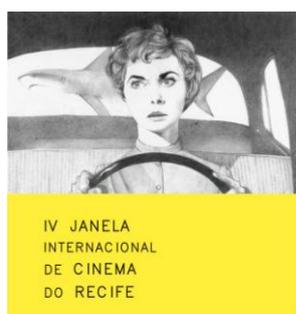
⁵⁵ Idem.

passível e ser detectada e neste sentido há uma pluralidade de iniciativas voltadas para esse público incluindo bares, restaurantes, salões de beleza, festivais de música e cinema, livrarias, sites, lojas de roupas, entre outros.

Neste ponto da investigação, então, foi feita a identificação dos espaços de consumo ligados ao público *alterna*, uma espécie de mercado com mecanismos de encaixe conectados ao consumo da comunidade *alterna*.

A análise da comunidade alterna enquanto mercado-alvo – ou a existência de um mercado de bens e serviços voltados para a comunidade *alterna* – foi realizada a partir da etnografia e das entrevistas, considerando os eventos, lojas, bares, restaurantes, cafeterias e etc. que possuem como característica a presença proeminente do público *alterna*.

São aqui listados alguns produtos oferecidos ao mercado-alvo *alterna*. No cinema há mostras e festivais de cinema não comercial consumidos majoritariamente pelo público *alterna*. São alguns deles o Cine PE, a Janela Internacional de Cinema do Recife⁵⁶ e o Expectativa/ Retrospectiva⁵⁷ realizado pelo cinema da Fundação Joaquim Nabuco.



⁵⁶ “Seguindo o conceito de janela, o festival apresenta um quadro onde uma imagem fiel dos caminhos tomados pelo cinema é mostrada. Incentivamos a expressão artística pessoal, trazendo para o nosso público um cinema que quebre expectativas. (...) O impulso original, estabelecer um fórum de trocas entre a produção feita em Pernambuco, e as imagens externas. Uma seleção natural de curtas, médias e longas, baseada na qualidade bruta de filmes feitos no Recife, em franco diálogo com obras do Brasil e do mundo, nos mais distintos formatos. No conjunto, visões múltiplas sem fronteiras”. Fonte: <http://www.facebook.com/janelainternacionaldecinemadorecife/info>. Acesso em 21/04/2012.

⁵⁷ Foi ainda em 1998 (dezembro) que aconteceu a primeira versão do que seria a mostra mais tarde a Retrospectiva / Expectativa, na época chamada apenas Retrospectiva, e com apenas 14 filmes.



Figura 23 – Cine PE 2010

Fonte: http://marcozero.rec.br/wp-content/uploads/2011/04/+Outdoor_Lonado_917x345m+10cm-Sangria.jpg (acesso em 19/04/2012).

Figura 24 – II Janela Internacional de Cinema do Recife

Fonte: http://quadro-magico.blogspot.pt/2009_07_01_archive.html (acesso em 19/04/2012).

Figura 25 – IV Janela Internacional de Cinema do Recife

Fonte: <http://www.aprancheta.com/tag/recife/> (acesso em 19/04/2012).

Figura 26 – Cine PE 2011

Fonte: <http://www.martpet.com.br/site/wp-content/uploads/2011/08/5.jpg> (acesso em 19/04/2012).

Figura 27 – Expectativa 2011/Retrospectiva 2010

Fonte: <http://cinemadafundacao.blogspot.com> (acesso em 21/04/2012).

Na música há também produtos voltados para o mercado *alterna*, festivais de música independente, com bandas e artistas locais, ou artistas internacionais mas próprios da cena independente. São exemplos o festival Coquetel Molotov ou o Abril pro Rock.



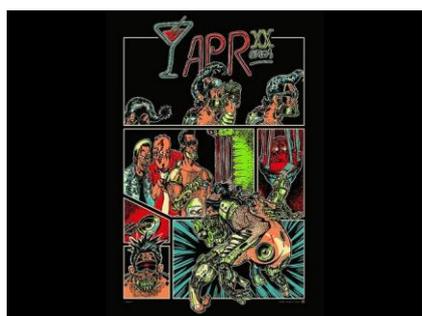


Figura 28 – Cartaz Coquetel Molotov 2010

<http://www.meiodesligado.com/2010/09/festival-no-ar-coquetel-molotov-2010.html> (acesso em 19/04/2012).

Figura 29 – Cartaz Coquetel Molotov 2005

Fonte: <http://www.revistaogrito.com/page/blog/2005/06/18/entrevista-viviane-menezes-coquetel-molotov/> (acesso em 19/04/2012).

Figura 30 – Cartaz comemorativo de exposição pelos 20 anos do Abril pro Rock

Fonte: <http://www.leiaja.com/cultura/2012/mamam-e-abril-pro-rock-lancam-mostra-poster-arte-design> (acesso em 19/04/2012).

Figura 31 – Cartaz Abril pro Rock 2011

Fonte: <http://metalreunionzine.blogspot.pt/2011/04/abril-pro-rock-2011-15-e-17042011.html> (acesso em 19/04/2012).



Os bares frequentados pelo público *alterna* têm normalmente um visual descolado, informal, e um dos principais atractivos para este mercado são as músicas ou atrações musicais oferecidas no lugar. Alguns bares possuem simplesmente um *jukebox* para o qual os clientes podem comprar fichas e escolher as músicas – os CDs disponíveis são todos encaixados no gosto musical *alterna* –, há ainda outros bares que oferecem música ao vivo. A música pode ser vista como factor decisivo para a escolha do lugar, bar ou restaurante, pelo público *alterna*.

Para o consumo de música há ainda as festas organizadas e divulgadas pela empresa promotora de eventos Golarrolê⁵⁸, com um perfil bastante *alterna*, as festas são famosas pelo estilo e pela divulgação, ambos bastante irreverentes e criativos.

⁵⁸ “A Golarrolê é um selo de festas que faz farra há quatro anos e meio pelo Recife, reunindo o povo legal que faz e acontece, aqui e acolá. Amamos música, moda e design, então tentamos não só trazer novidades pra cá, como também levar o que fazemos de legal para outras cidades”. Fonte: http://www.facebook.com/tejaon/posts/344278035630641?ref=notif¬if_t=feed_comment_reply#!/golarrolle/info. Acesso em 21/04/2012

Famoso centro de conveniências *alternas*, há ainda a Galeria Joana D’arc que reúne bares, restaurantes, estúdio de tatuagem, salão de beleza, boutique, são ainda promovidas festas, eventos e exposições no recanto *alterna*.

“Para se ter uma ideia, no começo dos anos 90, a Galeria fervilhava com o movimento criado pela cena mangue, a base de produção do longa-metragem Baile Perfumado ocupou uma das salas da Joana D’Arc; as bandas Mundo Livre S/A e Chico Science & Nação Zumbi realizaram show por lá no Natal de 1993; a banda Querosene Jacaré, liderada pelo cantor e compositor Ortinho, surgiu no lendário Guitarra’s Bar; e estilistas pernambucanos encontraram espaço e público para comercializar suas originais criações”.⁵⁹

Por decisão de não alargamento do foco de investigação, questões relativas aos comerciantes e as suas visões acerca dos *alternas* não foram examinadas neste estudo. O entendimento dos comerciantes sobre o público *alterna* não foi investigado, porque aqui se buscou o focar no consumo genuíno da comunidade e não nos mecanismos usados pelo comércio para impulsionar o consumo deste mercado alvo. Devido ao foco da investigação não se sabe se as pessoas que estão à frente dos produtos direccionados ao mercado *alterna* são *alternas* ou não.

O mercado segmentado relacionado ao comportamento de determinada comunidade tende a excluir sujeitos que não são tidos como consumidores, ou que não são tidos como consumidores de produtos específicos, de maneira que os produtos – lugares, festivais, mostras, eventos de uma maneira geral – observados na investigação também agem num movimento que repele aqueles que não fazem parte da comunidade *alterna*.

⁵⁹ Fonte: <http://galeriajoanadarc.com/about/cena-cultural/>. Acesso em 21/04/2012.

Considerações Finais

Este trabalho teve como objectivo apreender as representações sobre os *alternas*, as significações, os seus traços definidores, as práticas sociais, a razão de ser das escolhas, o comportamento desta comunidade, vista de dentro e vista a partir do exterior. Para isto, foi preciso estudar o familiar, e aquilo que poderia ser um factor complicador acabou por se tornar uma oportunidade.

“De qualquer forma o familiar, com todas essas necessárias relativizações é cada vez mais objeto relevante de investigação para uma Antropologia preocupada em perceber a mudança social não apenas ao nível das grandes transformações históricas mas como resultado acumulado e progressivo de decisões e interações cotidianas” (Velho 1978, p.46).

O *alterna* foi descodificado a partir de duas ópticas, a dele e a dos outros. Na perspectiva do *alterna* há uma série de elementos que se combinam de maneira a justificar as acções quotidianas. Para conhecer as práticas sociais do indivíduo e da comunidade foram observadas e analisadas as práticas de consumo realizadas por eles, tendo como base a concepção de consumo estudada à luz da antropologia do consumo.

O fenómeno consumo está encaixado no mundo contemporâneo de determinada maneira que é possível analisá-lo observando as relações sociais, as formas de mediação e negociação. Explorando as relações entre cultura, consumo e identidade, é possível conhecer códigos carregados significados específicos usados para a comunicação entre indivíduos de uma comunidade.

“Se as percepções acerca dos processos de construção do sujeito foram mudando na modernidade, também as formas de pensar o consumo foram se transformando. Assim, algo que historicamente sempre foi intrínseco ao consumo social – ou seja, além de servir para seu fim primeiro (dar vazão à produção e satisfazer necessidades básicas de sobrevivência), o consumismo sempre foi simbólico e lugar de distinção social –, no decorrer da modernidade se evidencia cada vez mais, levando, no século XX, a uma percepção aguda do consumo como estratégia não só de emulação social, mas, principalmente, de construção de referências públicas acerca do lugar

social que se deseja ocupar, do estilo de vida que se busca partilhar e, fundamentalmente, da construção de si que se quer projetar”. (Enne 2006, p.22).

Dessa forma para conhecer e poder descrever o estilo de vida *alterna*, foi preciso conhecer o seu consumo, e não somente isto, mas também os espaços e formas de sociabilidade relacionadas ao consumo.

As práticas de consumo foram observadas mediante o uso de pesquisa etnográfica, depoimentos foram colectados, pesquisas documentais foram realizadas, a investigação encontrou-se diante de duas interpretações, a daqueles que são *alternas* e a daqueles que não são.

O *alterna* se vê como alguém diferenciado e expressa essa forma de ser através do consumo, seja de itens relacionados à cultura como música, arte, espectáculos, cinema, literatura, seja de itens relacionados às acções triviais do quotidiano como as roupas, calçados, a forma de falar, etc., uma vez que o consumo de bens materiais e imateriais, quaisquer que sejam eles, são expressão de ideias, de pensamentos, são então formas de comunicação, e assim se comunicam os *alternas*, na comunidade *alterna*.

O *alterna* justifica suas escolhas de consumo apoiado na ideia de que se orgulha da história e cultura da cidade e do estado – orgulho este, de certa forma histórico e parte identidade dos recifenses, defensores do Recife de Gilberto Freyre e Josué de Castro – mas por ser fruto de uma cultura híbrida, o *alterna* acaba por sentir a necessidade de reconstruir os objectos de consumo, atribuindo assim novas roupagens aos itens, culturais ou não, consumidos diariamente. São então incorporados novos ritmos ao batuque do maracatu, culturalmente defendido, o produto final é uma musicalidade vanguardista, inovadora, e ao mesmo tempo protectora das raízes históricas. O mesmo se dá em tantas outras práticas de consumo, no cinema, na forma de vestir, no design de ambientes, etc. O comportamento seria, então, guiado pelos ideais, pela filosofia, pelos princípios da identidade cultural *alterna*.

Muito das características acima citadas foram visíveis na década de noventa, por aqueles que se intitularam *mangueboys* e *manguegirls*, adeptos do Movimento Mangubeat. Não por acaso é tão comum ver pessoas afirmando que o *alterna* seria o que restou do Movimento Mangubeat. As duas identidades tem pontos bastante semelhantes

naquelas que seriam as motivações para o consumo, principalmente no que diz respeito ao consumo de bens imateriais, como música, cinema, arte, design, entre outros.

Responsável por grandes transformações na cena brasileira de produção cultural e artística, o Movimento Manguebeat é tido como um dos mais importantes movimentos culturais e político-sociais, é um marco na história do estado e do país, e é referência até aos dias actuais na identidade cultural do recifense. O Movimento Manguebeat é apontado, então, como deflagrador cultural do *alterna*.

A imagem encarada pelos *alternas*, é, entretanto, divergente da imagem projectada por muitos daqueles que se encontram fora da comunidade. Para estes, o *alterna* seria alguém que consome determinados bens para seguir uma tendência, uma moda. Seria alguém que se coloca em posição de superioridade frente às outras pessoas. Por ter suas escolhas legitimadas parte pela postura histórica regionalista, parte pela postura actual de hibridismo cultural, o *alterna* se vê muitas vezes como um indivíduo superior aos demais.

É visível que o comportamento e o *alterna*, e mesmo a comunidade podem ser por muitas vezes excludentes, mas essa postura pode ser vistas em muitas outras comunidades. O código decifrado internamente não é decifrado externamente à comunidade, dessa forma a comunicação se torna carregada de ruídos e muitas vezes o *alterna* não se faz entendido por aqueles que estão fora da comunidade, aqueles que seriam os “outros”. Dessa forma, sendo o consumo uma forma de comunicação, para muitas das pessoas que não compartilham a identidade cultural *alterna*, as significâncias não se fazem claras, causando a óptica divergente daqueles que, inseridos na comunidade, vêm com clareza a razão de ser de suas escolhas.

Referências

- Almeida, C.J.M. de, 1994. *A arte é capital : visão aplicada do marketing cultural*, Rio de Janeiro: Rocco.
- Anderson, B., 2008. *Comunidades imaginadas reflexões sobre a origem e a difusão do nacionalismo*, São Paulo: Companhia das Letras.
- Andrade, R.G.N., 2007. Folclore e Hibridismo Cultural. In *XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. Santos, pp. 1-9.
- Arnould, E.J. & Thompson, C.J., 2005. Consumer Culture Theory (CCT): Twenty Years of Research. *Journal of Consumer Research*, 31.
- Baudrillard, J., 2005. *A sociedade de consumo*, Lisboa: Ed. 70.
- Bauman, Z., 2003. *Comunidade : a busca por segurança no mundo atual*, Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor.
- Bourdieu, P., 1983. Gostos de classe e estilo de vida. In R. Ortiz, ed. *Pierre Bourdieu: sociologia*. São Paulo: Ática.
- Bourdieu, P. & Wacquant, L.J.D., 1992. *Réponses : pour une anthropologie réflexive*, Paris: Seuil.
- Bressan, R., 2008. Grindhouse: entre o Cult e o B? In *XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste*. São Paulo, pp. 1-15.
- Campbell, C., 2001. *A Ética Romântica e o Espírito do Consumismo Moderno*, Rio de Janeiro: Rocco.
- Canclini, N.G., 1998. *Culturas híbridas : estratégias para entrar e sair da modernidade*, São Paulo: Edusp.
- Carneiro, R., 2001. *Fundamentos da educação e da aprendizagem : 21 ensaios para o século 21*, Lisboa: Fundação Melo Leão.
- Castro, A. et al., 2001. Os ciganos vistos pelos outros: coexistência inter-étnica em espaços urbanos. *Cidades. Comunidades e Territórios*, 2, pp.73-84.
- Castro, Josué de, 1937. *Documentário do Nordeste*, Rio de Janeiro: José Olympio.
- Castro, Josué de, 1947. *Fatores de localização da cidade do Recife: um ensaio de geografia urbana.*, Rio de Janeiro: Imprensa Nacional.

- Castro, Josué, 2001. *Homens e caranguejos*, Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.
- Cohen, A.P., 1985. *The symbolic construction of community*, London: Routledge.
- Dasgupta, P., 1993. *An inquiry into well-being and destitution*, Oxford; New York: Clarendon Press ; Oxford University Press. Available at: <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&scope=site&db=nlebk&db=nlabk&AN=56502> [Accessed April 3, 2012].
- Douglas, M., 2007. O mundo dos bens, vinte anos depois. *Horizontes Antropológicos*, 13(28), pp.17-32.
- Douglas, M. & Isherwood, B., 2006. *O mundo dos bens para uma antropologia do consumo*, Rio de Janeiro: UFRJ.
- Enne, A.L.S., 2006. À perplexidade, a complexidade: caminhos para pensar a relação entre consumo e identidade nas sociedades contemporâneas. *Comunicação, Mídia e Consumo*, 3, pp.11-29.
- Featherstone, M., 1995. *Cultura de consumo e pós-modernismo*, São Paulo, SP: Studio Nobel.
- Fernandes, B., 2000. *Josué de Castro : vida e obra* 1. ed., São Paulo: Editora Expressão Popular.
- Fonseca, N.A., 2005. O Mangubeat como Política de Representação.
- Freyre, G., 1996. *Manifesto regionalista* 7a ed. rev. e aumentada., Recife: Fundação Joaquim Nabuco Editora Massangana.
- Geertz, C., 2008. *A interpretação das culturas*, Rio de Janeiro: LTC Editora.
- Giddens, A., 1991. *The Consequences of Modernity* 1st ed., Stanford University Press.
- Hall, S., 2005. *A identidade cultural na pós-modernidade*, Rio de Janeiro: DP&A.
- Hall, S., 1987. Minimal Selves. In *Identity: The Real Me*. Londres: Institute for Contemporary Arts.
- Leão, C.C., 2002. *A maravilha mutante – Batuque, sampler e pop no Recife dos anos 90*. Dissertação de Mestrado em Comunicação. Recife: Universidade Federal de Pernambuco.
- Leite, R.P., 2002. Contra-usos e espaço público: notas sobre a construção social dos lugares na Manguetown. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, 17, pp.115-134.
- Magnani, J.G.C., 2002. De perto e de dentro: notas para uma etnografia urbana. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, 17(49), pp.11-29.

- Martín-Barbero, J., 2001. *Os exercícios do ver : hegemonia audiovisual e ficção televisiva*, São Paulo: SENAC.
- Da Matta, R., 1978. O ofício de etnólogo, ou como ter “Anthropological Blues.” In *A aventura sociológica*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Mccracken, G., 2003. *Cultura e Consumo: novas abordagens ao caráter simbólico dos bens e das atividades de consumo*, Rio de Janeiro: Mauad.
- Mccracken, G., 2007. Cultura e consumo: uma explicação teórica da estrutura e do movimento do significado cultural dos bens de consumo. *Revista de Administração de Empresas*, 47, pp.99-115.
- Melo Filho, D.A. de, 2003. Mangue, homens e caranguejos em Josué de Castro: significados e ressonâncias. *História, Ciências, Saúde-Manguinhos*, 10(2), pp.505-524.
- Miller, D., 2002. *Teoria das Compras: o que orienta as escolhas dos consumidores*, São Paulo: Nobel.
- Sahlins, M., 2003. *Cultura e razão prática*, Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- Santos, B. de S., 1997. Vers une conception multiculturelle des droits de l’homme. *Droit et Societe*, 35, pp.79-96.
- Sêga, C.M.P., 2008. O kitsch está cult. In *IV ENECULT - Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura*. Salvador.
- Silva, A.P. de O.M., 2004. *O encontro do Velho do Pastoril com Mateus na Manguetown“ ou ”As tradições populares revisitadas por Ariano Suassuna e Chico Science*. Dissertação de Mestrado em Letras. Rio de Janeiro: Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.
- Slater, D., 2002. *Cultura do consumo & modernidade*, São Paulo: Nobel.
- Suassuna, A., 1974. *O movimento armorial*, Recife: UFPE.
- Taylor, C., 1994. *Multiculturalisme différence et démocratie*, Paris: Flammarion.
- Teles, J., 2000. *Do frevo ao manguebeat* 1a ed., São Paulo SP Brasil: Editora 34.
- Thompson, C.J. & Hirschman, E.C., 1995. Understanding the Socialized Body: A poststructuralist analysis of consumers. *Journal of Consumer Research*, 22, pp.139-153.
- Velho, G., 1978. Observando o familiar. In *A aventura sociológica*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Velho, G., 1999. *Projeto e metamorfose : antropologia das sociedades complexas*, Rio de Janeiro: J. Zahar Editor.

Anexos

Anexo 1 – Manifesto “Caranguejos com cérebro”.

Anexo 2 – Manifesto “Quanto vale uma vida”.

Anexo 1

Manifesto “Caranguejos com cérebro”

MANGUE, O CONCEITO.

Estuário. Parte terminal de rio ou lagoa. Porção de rio com água salobra. Em suas margens se encontram os manguezais, comunidades de plantas tropicais ou subtropicais inundadas pelos movimentos das marés. Pela troca de matéria orgânica entre a água doce e a água salgada, os mangues estão entre os ecossistemas mais produtivos do mundo.

Estima-se que duas mil espécies de microorganismos e animais vertebrados e invertebrados estejam associados à vegetação do mangue. Os estuários fornecem áreas de desova e criação para dois terços da produção anual de pescados do mundo inteiro. Pelo menos oitenta espécies comercialmente importantes dependem do alagadiço costeiro.

Não é por acaso que os mangues são considerados um elo básico da cadeia alimentar marinha. Apesar das muriçocas, mosquitos e mutucas, inimigos das donas-de-casa, para os cientistas são tidos como símbolos de fertilidade, diversidade e riqueza.

MANGUETOWN, A CIDADE

A planície costeira onde a cidade do Recife foi fundada é cortada por seis rios. Após a expulsão dos holandeses, no século XVII, a (ex)cidade *maurícia* passou desordenadamente às custas do aterramento indiscriminado e da destruição de seus manguezais.

Em contrapartida, o desvairio irresistível de uma cínica noção de *progresso*, que elevou a cidade ao posto de *metrópole* do Nordeste, não tardou a revelar sua fragilidade.

Bastaram pequenas mudanças nos ventos da história, para que os primeiros sinais de esclerose econômica se manifestassem, no início dos anos setenta. Nos últimos trinta anos, a síndrome da estagnação, aliada a permanência do mito da *metrópole* só tem levado ao agravamento acelerado do quadro de miséria e caos urbano.

MANGUE, A CENA

Emergência! Um choque rápido ou o Recife morre de infarto! Não é preciso ser médico para saber que a maneira mais simples de parar o coração de um sujeito é obstruindo as suas veias. O modo mais rápido, também, de infartar e esvaziar a alma de uma cidade como o Recife é matar os seus rios e aterrar os seus estuários. O que fazer para não afundar na depressão crônica que paralisa os cidadãos? Como devolver o ânimo, deslobotomizar e recarregar as baterias da cidade? Simples! Basta injetar um pouco de energia na lama e estimular o que ainda resta de fertilidade nas veias do Recife.

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

Hoje, Os mangueboys e manguegirls são indivíduos interessados em hip-hop, colapso da modernidade, Caos, ataques de predadores marítimos (principalmente tubarões), moda, Jackson do Pandeiro, Josué de Castro, rádio, sexo não-virtual, sabotagem, música de rua, conflitos étnicos, midiotia, Malcom Maclaren, Os Simpsons e todos os avanços da química aplicados no terreno da alteração e expansão da consciência.

Bastaram poucos anos para os produtos da fábrica mangue invadirem o Recife e começarem a se espalhar pelos quatro cantos do mundo. A descarga inicial de energia gerou uma cena musical com mais de cem bandas. No rastro dela, surgiram programas de rádio, desfiles de moda, vídeo clipes, filmes e muito mais. Pouco a pouco, as artérias vão sendo desbloqueadas e o sangue volta a circular pelas veias da Manguetown.

Anexo 2

Manifesto “Quanto vale uma vida”

I - LONGA VIDA AO GROOVE!

Os alquimistas estão chorando. A indignação ruidosa de Lúcio Maia com a ferocidade carniceira da imprensa nos faz lembrar que nem tudo tem que ser movido a cinismo e oportunismo no - cada vez mais - cínico e vulgar circuito pop.

Antes de mais nada, salve Lúcio, Jorge, Dengue, Gilmar, Toca, Gira e Pupilo. Salve Paulo André e longa vida ao Nação Zumbi, com seu groove imbatível, mix epidêmico e urgente de química e magia que cedo ou tarde vai varrer o mundo! A primeira vez que vimos Chico juntando a Loustal com o Lamento Negro (o embrião do que seria a Nação Zumbi, ainda no início de 91), comentamos arrepiados, eu e Renato L.: "não importa que estejamos no fim do mundo e sem dinheiro no bolso; não tem errada, não há nada no mundo que possa deter esse som!" Na nossa ficha, constava a produção de vários programas de Rock na cidade, onde nos esforçávamos para mostrar sons novos e interessantes de todos os cantos do mundo. E não havia dúvida de que naquele momento estávamos diante de algo absurdamente novo e irresistível. Começamos imediatamente a viajar num conceito capaz de colocar o Recife no mapa. É claro que houve momentos nos últimos anos em que chegamos a pensar que talvez tivéssemos ajudado a criar uma espécie de monstro incontrolável. Mas hoje sabemos que agimos bem, não poderíamos agir de outro modo.

- E agora, manguéboys?

Chico era referência e inspiração para muita gente, talvez para toda uma geração de recifenses. E a perda para a Nação Zumbi é irreparável em termos de carisma, energia vocal, gestual, etc. Ninguém questiona isso. Mas o que muita gente esquece é que a fórmula criada por Chico tinha uma base muito sólida em termos de cozinha,

acompanhamento, groove. A maioria das pessoas desconhece alguns fatos. Quando eu conheci Francisco França, ele era o lado mais extrovertido da mais nova dupla do barulho da cidade. Chico e Jorge eram inseparáveis como unha e carne, egressos da "Legião Hip Hop", que reunia no final dos anos 80, alguns dos melhores dançarinos e djs que o Recife já conheceu (alguém aí já viu Jorge Du Peixe dançando "street"? A galera que hoje em dia ensina funk nas academias de dança não daria nem pro caldo...).

Jorge sempre foi um pouco mais tímido, mas não menos engraçado, e os dois se completavam em termos de gosto, idéias, visão e criatividade. Chico sempre teve mais iniciativa e era, como todos sabemos, um letrista formidável. Mas alguém aí se lembra quem é o autor da letra do clássico "Maracatu de Tiro Certo"? Isso mesmo, Jorge Du Peixe...

Quanto a Lúcio Maia, qualquer um que acompanhe a Guitar Player, sabe que é cada vez maior o número de pessoas que o consideram um dos mais talentosos e ecléticos guitarristas brasileiros, uma verdadeira revelação dos últimos tempos. Dengue, então, é aquele baixista contido, discreto, mas super-eficiente. Desde os tempos do Loustal, ele sempre conseguiu encaixar a levada perfeita para o estilo fragmentado dos versos de Chico. E quanto aos tambores e à bateria, nem é preciso comentar. Não se via, no rock and roll, uma engrenagem tão potente e envenenada desde a morte de John Bonham.

Quando toda a crítica brasileira caiu de quatro sob o impacto avassalador do "Da Lama ao Caos", houve no Recife quem apostasse que Chico despontaria em carreira solo já no segundo disco. Argumentavam que, por um lado Chico tinha luz própria de sobra e por outro a fórmula do Nação Zumbi não renderia mais nada interessante, pois já teria se esgotado. Eu e Renato torcemos para que acontecesse o contrário, para que Chico não se rendesse à vaidade pessoal e injetasse todo gás possível no fortalecimento da banda. Ele não decepcionou, mostrou que não era nem um pouco ingênuo ou deslumbrado e que sabia muito bem do que precisava para se manter no topo. O resultado foi o brilhante "Afrociberdelia", um trabalho coletivo - com Lúcio mais ativo do que nunca do que nunca na produção.

Portanto, se existe uma banda que tem total autoridade e potencial para ocupar condignamente o lugar que o inesquecível Chico Science deixou vago no topo, essa banda é sem dúvida a Nação Zumbi. Por sinal, o próprio Chico nem cogitava em dar por esgotado o formato da banda, tanto que já planejava entrar com os brothers no estúdio ainda este ano para gravar o terceiro disco. LONGA VIDA AO GROOVE!!!

II- BUSCANDO RESPOSTAS

"Something is happening here, but you don't know what it is. Do you, Mr Jones?" Essa frase de Bob Dylan me vem à mente sempre que eu penso no tom de alguns comentários publicados nos maiores jornais do país a respeito da morte de Chico. Talvez com intenção de pintar o fato com as cores mais chocantes, expurgando, assim, a dor e a revolta da perda, as matérias acabavam invariavelmente emitindo um tom derrotista ou até desolador.

Se o caso é especular sobre o que pode acontecer daqui em diante, o mais oportuno seria tentar identificar na história do Pop, fatos ou situações semelhantes que possam servir de exemplos. Em se tratando de movimentos de cultura Pop; gerados em focos isolados; situados na periferia do mercado; e com reconhecimento mundial, os fenômenos mais correlatos ao Mangue Beat que se tem notícia - ainda que os estágios de desenvolvimentos sejam distintos - são a Jamaica pós-Bob Marley e Salvador pós-Tropicalismo.

Sobre Salvador, minha experiência como mangueboy me diz que o Tropicalismo não surgiu lá por acaso. Nada no mundo poderia ter impedido o caldo cultural da cidade de gerar posteriormente (e na sequência) os Novos Baianos, A Cor do Som, os trios elétricos, a Axé Music, o Samba - Reggae, a Timbalada, etc. Também não foi por milagre que a Jamaica se tornou berço do Calipso, do Ska, do Reggae, do Dub, do Raggamuffin e de todas as variantes do Dancehall que hoje, quase 20 anos depois da morte de Marley, contaminam as paradas de sucesso de todo o mundo.

Esses dois fenômenos foram condicionados por combinações específicas de fatores geográficos, econômicos, políticos, sociológicos, antropológicos, enfim, culturais, cuja história eu não seria capaz de analisar. Mas em se tratando de focos isolados que a partir de

um determinado estímulo geram uma reação em cadeia capaz de contaminar toda a história futura de uma comunidade, meu depoimento talvez possa ser útil.

III- UMA VISITA MUITO ESPECIAL

Lembro-me muito bem do nervosismo que tomou conta da cidade quando, em 93 (logo após o primeiro Abril Pro Rock), a diretoria da Sony anunciou que mandaria um representante ao Recife para contratar Chico Science... Fun! Fun! Zoeira Total! Diversão a qualquer custo, e a mais barulhenta possível! Esse havia sido o nosso lema quando, dois anos antes, sentindo o descompasso - o fundo do poço, o infarto iminente - , resolvêramos tentar de tudo para detonar adrenalina no coração deprimido da cidade. Depois de vários shows e eventos muito bem sucedidos, e do manifesto "Caranguejos com Cérebro" (que transformou, de uma hora para outra centenas de arruaceiros inocentes em "mangueboys" militantes), parecia que a cidade realmente começava a despertar do coma profundo em que esteve mergulhada desde o início da guerra dos 80.

Parêntese: não é exagero. Segundo os levantamentos mensais do DIEESE, Recife conseguiu manter sem muito esforço a impressionante e isolada posição de campeã nacional do desemprego e da inflação por nada menos que dez anos seguidos!!! Imaginem o efeito devastador que uma situação como essa pode provocar na alma de uma comunidade com mais de 400 anos de história e que só neste século havia gerado nomes da dimensão de Manuel Bandeira, Gilberto Freyre, Josué de Castro e João Cabral de Melo Neto. Para nós, que mal havíamos saído da adolescência só restavam duas saídas: tentar uma bolsa na Europa ou ganhar as ruas...

Então, a chegada da Sony representava uma espécie de prêmio coletivo. O significado simbólico era que finalmente podia estar se abrindo um canal de comunicação direta com o mercado mundial, como os caranguejos do asfalto haviam almejado em seu primeiro manifesto. Para todos os agentes e operadores culturais que viam seu talento e potencial atrofiados pela desmotivação, era o estímulo concreto que faltava. Afinal, queiram ou não, discos pop lançados por multinacionais movimentam várias áreas de expressão ao mesmo tempo: moda, fotografia, design, produção gráfica, vídeos, relações públicas, assessoria, imprensa, marketing, música, etc.

Daí em diante, pode-se dizer que teve início um efetivo "renascimento" recifense. Todo mundo gritou mãos à obra! e partiu para o ataque. As ruas viraram passarelas de estilistas independentes; bandas pipocaram em cada esquina; palcos foram improvisados em todos os bares; fitas demo e clipes novos eram lançados toda semana, e assim por diante, gerando uma verdadeira cooperativa multimídia autônoma e explosiva, que não parava de crescer e mobilizar toda a cidade. De headbangers a mauricinhos, de punks a líderes comunitários, de surfistas a professores acadêmicos, ninguém ficou de fora. Para se ter uma idéia, a frase " computadores fazem arte, artistas fazem dinheiro" (Mundo Livre SA) virou tema de redação de vestibular de uma faculdade local.

IV - MANGUETOWN, 5 ANOS DEPOIS

O renascimento segue de vento em popa. A noite mais concorrida do último Abril Pro Rock foi a que reuniu três bandas locais. Mais de cinco mil pessoas pagaram ingresso e enfrentaram uma chuva intensa para aplaudir e cantar junto com Mundo Livre SA, Mestre Ambrósio e Chico Science e Nação Zumbi. O festival "Viva a Música", realizado em setembro passado, reuniu mais de 50 novas bandas. O disco de estréia da campeã, Dona Margarida Pereira e os Fulanos, está em fase de gravação. O programa Mangue Beat (Caetés FM 99.1) ocupa há 2 anos os primeiros lugares de audiência, tocando fitas demo e lançamentos locais, além de novidades de todos os cantos do planeta. O "Manguetronic", um programa de rádio idealizado especialmente para a Internet, vem se firmando como um dos sites mais acessados do Universo on Line. Os últimos cds do Chico Science e Nação Zumbi e do Mundo Livre SA e a estréia do Mestre Ambrósio figuraram na lista dos dez melhores do ano da revista Showbizz. Estão em fase de finalização os aguardados álbuns de estréia das bandas Eddie e Devotos do Ódio. O Abril pro Rock 97 entrou pela primeira vez no calendário de eventos oficiais do Estado, ganhando assim uma ampla divulgação nacional e uma infra-estrutura mais organizada. A estréia em longa-metragem dos cineastas pernambucanos Lírio Ferreira e Paulo Caldas - o filme "O Baile Perfumado", cuja trilha é assinada por Chico Science, Siba (do Mestre Ambrósio) e Zero Quatro - ganhou vários prêmios, entre eles o de melhor filme, no último Festival de Cinema de Brasília. O estilista Eduardo Ferreira já recebeu vários prêmios nas últimas edições do

Phytoervas Fashion. O Mundo Livre S.A. acaba de fazer 4 shows e um clipe no México, devendo participar de vários festivais europeus no segundo semestre...

(Pausa para respirar)

Temos como objetivo imediato pressionar a Prefeitura do Recife para tirar do papel e colocar no ar a rádio Frei Caneca FM, uma emissora sem fins lucrativos cujo orçamento para 97, ao que parece, já foi aprovado pela Câmara Municipal. Afinal, o único e mais difícil obstáculo que ainda não superamos foi o das rádios comerciais. Sabemos que na Jamaica e em Salvador foi preciso o uso até de ações violentas para pressionar os disc - jôckeis. No estágio atual, não achamos que recursos sejam necessários. O Popspace não é invulnerável e a história está do nosso lado.

Quem acompanhou no Recife as últimas homenagens a Chico, sentiu a força de um compromisso coletivo. Hoje cada recifense tem no olhar um pouco de guerrilheiro da Frente Pop de Libertação. E o recado que queremos enviar para o mundo não é muito diferente daquele que nos mandam as comunidades indígenas de Chiapas- que têm no subcomandante Marcos o seu porta-voz. VIVA SANDINO! VIVA ZAPATA! VIVA ZUMBI! A utopia continua...

"- Quanto vale a vida de um homem, em quanto cada um avalia a sua própria vida, a troco de quê está disposto a mudá-la? Nós avaliamos muito alto o preço de nossas vidas. Valem um mundo melhor, nada menos. Homens e mulheres, dispostos a dar suas vidas, têm direito a pedir tanto quanto valem. Há os que avaliam suas vidas por uma quantidade de dinheiro, mas nós a avaliamos pelo mundo, esse é o custo do nosso sangue..."

(Subcomandante Marcos)

Ass: Zero Quatro, com a colaboração de Renato L.